

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону
України за матеріалами ТОВ «Партнер Тур Груп», м. Хмельницький

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»


Шифр 24218

Виконав: студент 2 курсу
група ТУРМ-24-1


Підпис

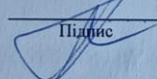
Денис ПОЛЬСЬКИЙ
Ініціали, прізвище

Керівник


Підпис

Ігор ЖУРБА
Ініціали, прізвище

Нормоконтролер


Підпис

Оксана ГРИНДІЙ
Ініціали, прізвище


До захисту допускаю:
Зав. кафедри
туризму та готельно-
ресторанної справи


Підпис

Ігор ЖУРБА
Ініціали, прізвище

20 12 2025 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
зав. кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи
І. Журба 
20 12 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Польського Дениса Юрійовича

Прізвище, ім'я, по батькові студента

- 1 Тема роботи Удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України за матеріалами ТОВ «Партнер Тур Груп», м. Хмельницький керівник роботи Ігор Журба
затверджена Наказом по університету від «25» серпня 2025 р. №65
- 2 Строк подання студентом роботи на кафедру 17. 12. 2025 р.
- 3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, звітність підприємства, Інтернет джерела
- 4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)
У першому розділі розглянуто теоретико-прикладні значення . використання туристичних ресурсів регіону. У другому розділі. проведений аналіз використання туристичних ресурсів Західного регіону. У третьому розділі. визначено напрями удосконаленн використання туристичних ресурсів Західного регіону Ук раїни
- 5 Перелік графічного матеріалу: підходи до визначення поняття «туристичні ресурси» у вітчизняних і зарубіжних джерелах, наукові підходи до визначення поняття «туристичні ресурси» та їх роль у регіональному розвитку, економічна інтерпретація туристичних ресурсів та їх роль у формуванні туристичного продукту регіону. класифікація туристичних ресурсів регіону. Вплив туристичних ресурсів на формування регіонального туристичного продукту. порівняльний аналіз практик формування регіонального туристичного продукту в окремих країнах Європи.
- 6 Дата видачі завдання 1 09 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання КР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	01.09.2025	виконано
2. Вивчення стану проблеми за темою «Удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України за матеріалами ТОВ «Партнер Тур Груп», висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	15.09.2025	виконано
3. Збір фактичного матеріалу	22.10.2025	виконано
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	06.10.2025	виконано
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	13.10.2025	виконано
6. Обробка зібраного матеріалу	27.10.2025	виконано
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	10.11.2025	виконано
8. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	24.11.2025	виконано
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	01.12.2025	виконано
10. Здача роботи на кафедрі	15.12.2025	виконано

Студент-дипломник



Підпис

Денис ПОЛЬСЬКИЙ

Прізвище, ініціали

Керівник роботи



Підпис

Ігор ЖУРБА

Прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Польський Денис Юрійович

Тема роботи Удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України за матеріалами ТОВ «Партнер Тур Груп»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник д.е.н., професор І. Журба

м. Хмельницький, 2024 р.

Кваліфікаційна робота виконана на с., містить таблиць, рисунків, з перелік джерел посилань складається із найменування.

Актуальність роботи. Досліджено шляхи удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України та обґрунтуванню практичних заходів щодо підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства.

Перший розділ робота присвячена визначенню поняття, сутності та класифікації туристичних ресурсів, теоретико - прикладним засади використання туристичних ресурсів регіону. Проаналізований зарубіжний досвід використання туристичних ресурсів у формуванні регіонального туристичного продукту

У другому розділі проведений аналіз використання туристичних ресурсів Західного регіону, здійснено аналіз діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» у використанні туристичних ресурсів регіону, з'ясовано проблеми та обмеження використання туристичних ресурсів у діяльності підприємства.

У третьому розділі визначено напрями удосконаленн використання туристичних ресурсів Західного регіону України, запропоновано стратегічні напрями удосконалення використання туристичних ресурсів регіону, визначено економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів з удосконалення використання туристичних ресурсів, запропоновано рекомендації та пропозицій щодо розширення можливостей та перспективи розвитку

Ключові слова: туристичні ресурси, регіональний туризм, туристичний продукт, Західний регіон України, ефективність туристичної діяльності, короткотермінові тури.

SUMMARY

of the diploma thesis by Polskyi Denys

Title of the thesis: Improving the Use of Tourism Resources of the Western Region of Ukraine Based on the Materials of LLC “Partner Tour Group”

Specialty 242 "Tourism and recreation"

Department of Tourism and Hotel-Restaurant Business

Scientific supervisor, doctor of economic sciences, professor

d.e.n., professor I. Zhurba

Khmelnitsky, 2025

The diploma thesis consists of pages, contains tables and figures. The list of references includes sources.

Relevance of the research. The thesis investigates the ways to improve the use of tourist resources of the Western region of Ukraine and substantiates practical measures aimed at increasing the efficiency of tourism enterprise activities.

The first chapter is devoted to defining the concept, essence, and classification of tourist resources, as well as to the theoretical and applied foundations of their use at the regional level. The foreign experience of using tourist resources in the formation of a regional tourism product is analyzed.

The second chapter analyzes the use of tourist resources of the Western region of Ukraine and examines the activities of LLC “Partner Tour Group” in utilizing regional tourist resources. The main problems and limitations in the use of tourist resources in the enterprise’s activity are identified.

The third chapter defines the directions for improving the use of tourist resources of the Western region of Ukraine, proposes strategic approaches to enhancing their utilization, and provides an economic justification of the effectiveness of the proposed measures. Recommendations and proposals aimed at expanding opportunities and outlining prospects for further development are presented.

Keywords: tourist resources, regional tourism, tourism product, Western region of Ukraine, efficiency of tourism activities, short-term tours.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ РЕГІОНУ	10
1.1 Поняття, сутність та класифікація туристичних ресурсів.....	10
1.2 Туристичні ресурси як фактор формування регіонального туристичного продукту	17
1.3 Зарубіжний досвід використання туристичних ресурсів у формуванні регіонального туристичного продукту.....	24
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	30
2.1 Туристично-ресурсний потенціал Західного регіону України.....	30
2.2 Аналіз діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» у використанні туристичних ресурсів регіону.....	36
2.3. Проблеми та обмеження використання туристичних ресурсів у діяльності підприємства.....	46
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	51
3.1. Стратегічні напрями удосконалення використання туристичних ресурсів регіону.....	51
3.2 Практичні рекомендації для ТОВ «Партнер Тур Груп».....	54
3.3 Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів з удосконалення використання туристичних ресурсів.....	61
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Сучасний етап розвитку туристичної індустрії України характеризується зростанням ролі внутрішнього туризму, регіональної туристичної спеціалізації та раціонального використання туристичних ресурсів. В умовах соціально-економічних трансформацій, посилення конкуренції на туристичному ринку та обмеженості фінансових ресурсів особливої актуальності набувають питання ефективного управління туристичними ресурсами на регіональному рівні. У цьому контексті Західний регіон України, який вирізняється значним природно-рекреаційним, історико-культурним і соціально-економічним потенціалом, має суттєві передумови для сталого розвитку туристичної діяльності.

Особливу роль у процесі формування та реалізації туристичних продуктів відіграють туристичні підприємства, які виступають безпосередніми суб'єктами господарювання та ключовими ланками у ланцюгу створення туристичної цінності. У цьому контексті обґрунтованим є вибір ТОВ «Партнер Тур Груп» як бази дослідження, оскільки підприємство активно працює на туристичному ринку Західного регіону України та використовує різноманітні туристичні ресурси у процесі формування туристичних продуктів.

Актуальність теми магістерської роботи зумовлена необхідністю удосконалення підходів до використання туристичних ресурсів Західного регіону України з урахуванням сучасних тенденцій розвитку туризму, цифровізації туристичних послуг, зміни споживчих уподобань та вимог до якості туристичного продукту. Реалізація таких підходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств, розвитку регіонального туризму та зміцненню економічного потенціалу регіону.

Метою магістерської роботи є розроблення науково обґрунтованих пропозицій щодо удосконалення використання туристичних ресурсів

Західного регіону України на основі аналізу діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп».

Для досягнення поставленої мети у роботі передбачається вирішення таких завдань: розкрити сутність і класифікацію туристичних ресурсів та особливості їх використання у сучасних умовах; охарактеризувати туристично-ресурсний потенціал Західного регіону України; проаналізувати діяльність ТОВ «Партнер Тур Груп» у контексті використання туристичних ресурсів; оцінити ефективність використання туристичних ресурсів у формуванні туристичних продуктів підприємства; обґрунтувати напрями та розробити практичні рекомендації щодо удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України.

Об'єктом дослідження є процес використання туристичних ресурсів у діяльності туристичних підприємств Західного регіону України.

Предметом дослідження є сукупність організаційно-економічних та управлінських відносин, що виникають у процесі використання туристичних ресурсів Західного регіону України на прикладі ТОВ «Партнер Тур Груп».

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, зокрема аналіз і синтез, індукція та дедукція, порівняльний аналіз, системний і структурно-функціональний підходи, статистичні методи, графічні та табличні методи подання інформації.

Інформаційну базу дослідження складають нормативно-правові акти України у сфері туризму, офіційні статистичні дані, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, аналітичні матеріали, звіти та внутрішні документи ТОВ «Партнер Тур Груп», а також результати власних спостережень і узагальнень автора.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованих рекомендацій у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп», а також іншими туристичними підприємствами Західного регіону України з метою підвищення ефективності використання туристичних ресурсів і вдосконалення туристичних продуктів

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (__ найменувань). Робота містить __ таблиць та __ рисунків. Загальний обсяг роботи становить __ сторінки. Основний зміст викладено на 50 сторінках.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО – ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ РЕГІОНУ

1.1 Поняття, сутність та класифікація туристичних ресурсів

Туристичні ресурси є базовою категорією теорії та практики туризму, оскільки саме вони формують основу для розвитку туристичної діяльності, створення туристичного продукту та забезпечення конкурентоспроможності регіонів на туристичному ринку. У системі регіонального розвитку туристичні ресурси відіграють роль стратегічного чинника, що визначає спеціалізацію території, напрями туристичного освоєння та можливості соціально-економічного зростання.

Еволюція наукових підходів до трактування поняття «туристичні ресурси» відбувалася паралельно з розвитком туризму як соціально-економічного явища. На початкових етапах туристичні ресурси ототожнювалися переважно з природними об'єктами, що мали рекреаційну цінність і використовувалися для відпочинку та оздоровлення населення. Такий підхід був характерний для класичної рекреаційної географії та зосереджувався на кліматичних, ландшафтних і бальнеологічних ресурсах.

У наукових дослідженнях відсутнє уніфіковане загальноприйняте визначення поняття «туристичні ресурси», що пояснюється їх складною структурою, багатофункціональністю та різноманіттям наукових підходів до вивчення туризму [1; 2; 4]

У працях вітчизняних учених туристичні ресурси переважно розглядаються як поєднання природних та створених людиною об'єктів, що вирізняються привабливістю й функціональною придатністю для туристичного використання. Зокрема, Я. Б. Олійник та А. В. Степаненко визначають туристичні ресурси як сукупність природних і штучно сформованих об'єктів, які характеризуються комфортними властивостями та

можуть бути залучені до туристичної діяльності. Аналогічної точки зору дотримується С. П. Кузик, підкреслюючи, що туристичними ресурсами є об'єкти й явища природного та антропогенного походження, які вже використовуються або потенційно можуть бути використані у сфері туризму. У дослідженнях І. М. Школи акцент зроблено на економічній складовій туристичних ресурсів, які розглядаються як сукупність природних і антропогенних об'єктів, придатних для формування та виробництва туристичного продукту. Такий підхід відображає тісний взаємозв'язок туристичних ресурсів із підприємницькою діяльністю та економічними результатами функціонування туристичної сфери. Більш системне бачення туристичних ресурсів запропоновано І. В. Смалем, який визначає їх як сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їх окремих елементів, що забезпечують задоволення рекреаційних і пізнавальних потреб людини, сприяють відновленню працездатності та за наявних або потенційних можливостей використовуються для створення туристичного продукту. Узагальнюючи наукові підходи, М. П. Мальська, О. М. Гаталяк та Н. М. Ганич наголошують, що туристичні ресурси слід розглядати як фундамент туристичного потенціалу території, який за умови ефективного управління трансформується у конкурентоспроможний туристичний продукт регіону (таблиця 1.1) [8; 22; 23; 26].

У зарубіжних дослідженнях і документах міжнародних туристичних організацій туристичні ресурси переважно інтерпретуються крізь призму їх здатності формувати туристичну привабливість дестинацій. Зокрема, Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає туристичні ресурси як природні та культурні елементи, що мають потенціал приваблювати туристів і становлять основу формування туристичного досвіду [7, 29].

Таблиця 1.1-Підходи до визначення поняття «туристичні ресурси» у вітчизняних і зарубіжних джерелах

Автор / джерело	Формулювання (стисло)	Ключовий акцент для 1.1.1	Першоджерело
Закон України «Про туризм»	Сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних і соціально-побутових ресурсів території	Нормативний “перелік груп” + територіальна прив’язка	Закон України «Про туризм», ст.1
Я. Олійник, А. Степаненко	Природні й штучно створені об’єкти з комфортними властивостями	Комфортність/придатність як критерій ресурсу	Узагальнено в Мальська–Гаталяк–Ганич
С. Кузик	Об’єкти/явища природного й антропогенного походження, що використовують або можуть бути використані в туризмі	Потенційність (можуть бути залучені)	Узагальнено в Мальська–Гаталяк–Ганич
І. Школа	Сукупність об’єктів, придатних для виробництва туристичного продукту	Ресурси як база турпродукту	Узагальнено в Мальська–Гаталяк–Ганич
І. Смаль	Природні й соціокультурні комплекси та елементи для задоволення потреб і виробництва турпродукту (з урахуванням потреб і можливостей)	Комплексність рекреаційна функція продуктова логіка	Узагальнено в Мальська–Гаталяк–Ганич
UNWTO / UN Tourism	Природні та культурні ресурси, що мають потенціал приваблювати туристів	“Ядро атрактивності” дестинації (універсальна рамка)	Документи UNWTO GA щодо Конвенції з етики туризму

Отже, узагальнення вітчизняних і зарубіжних підходів дозволяє зробити висновок, що туристичні ресурси є основою формування туристичного продукту та одним із ключових чинників конкурентоспроможності регіону, а результативність їх використання значною мірою залежить від рівня управління, доступності та інтегрованості у регіональну стратегію розвитку.

Регіони з подібним ресурсним забезпеченням можуть суттєво відрізнятися за рівнем туристичної привабливості, що пояснюється відмінностями у підходах до управління ресурсами, розвитку туристичних продуктів і брендингу територій (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2 -Наукові підходи до визначення поняття «туристичні ресурси» та їх роль у регіональному розвитку

Підхід	Представники / джерела	Сутність трактування туристичних ресурсів	Акцент у регіональному розвитку
Природно-рекреаційний	Класична рекреаційна географія	Природні умови та об'єкти, придатні для відпочинку	Оздоровлення, рекреація
Історико-культурний	Вітчизняні дослідники туризму	Об'єкти культурної спадщини та традиції	Збереження культурної ідентичності
Комплексний	Сучасні наукові підходи	Сукупність природних і антропогенних ресурсів	Формування туристичного потенціалу
Ринково-орієнтований	Зарубіжні дослідження	Ресурси як основа туристичного досвіду	Конкурентоспроможність дестинації
Управлінський	Концепції сталого розвитку	Ресурси як об'єкт управління	Стратегічний розвиток регіону

Варто зауважити, що економічна сутність туристичних ресурсів виявляється через їх здатність бути джерелом корисності для споживача (туриста) та фактором створення доданої вартості для бізнесу й території. Туристичний ресурс набуває економічного змісту тоді, коли він має споживчу привабливість (здатність задовольняти потреби відпочинку, пізнання, оздоровлення, дозвілля) і є доступним (транспортно, інформаційно, організаційно).

У цьому контексті туристичні ресурси формують базу для створення туристичних послуг (розміщення, харчування, екскурсій, активностей) і виступають первинним елементом у системі «ресурс → продукт → ринок → дохід». Важливо, що сам факт наявності ресурсу не гарантує економічного ефекту: ключовою є здатність регіону та туристичних підприємств перетворювати ресурс на продукт, забезпечувати сервіс, безпеку, доступність

і маркетингове просування (таблиця 1.3)

Таблиця 1.3 - Економічна інтерпретація туристичних ресурсів та їх роль у формуванні туристичного продукту регіону

Аналітичний аспект	Характеристика туристичних ресурсів	Економічне значення для регіону	Роль у формуванні туристичного продукту
Туристичні ресурси як економічна категорія	Сукупність природних, історико-культурних та соціальних об'єктів, що мають споживчу цінність	Формують первинну економічну основу туристичної діяльності	Виступають базисом туристичної пропозиції
Споживча цінність ресурсів	Здатність задовольняти потреби туристів (відпочинок, пізнання, оздоровлення)	Стимулює туристичний попит і витрати	Забезпечує привабливість туристичного продукту
Ресурси як фактор створення доданої вартості	Використання ресурсів у комплексі послуг	Генерує доходи підприємств і громад	Формує цінність комплексного туристичного продукту
Трансформація ресурсів у туристичний продукт	Поєднання ресурсів з інфраструктурою та сервісом	Підвищує ефективність використання потенціалу	Забезпечує комерціалізацію ресурсів
Ресурси та конкурентні переваги регіону	Унікальні природні та культурні характеристики території	Посилюють регіональну конкурентоспроможність	Дають можливість диференціації туристичного продукту
Мультиплікативний економічний ефект	Вплив туризму на суміжні галузі	Сприяє розвитку малого бізнесу та зайнятості	Розширює економічну цінність туристичного продукту
Обмеженість і відтворюваність ресурсів	Частина ресурсів має обмежену несучу здатність	Вимагає раціонального та збалансованого використання	Орієнтація на сталий туристичний продукт
Управління туристичними ресурсами	Планування, регулювання та контроль використання	Забезпечує довгострокову економічну віддачу	Підвищує якість і стабільність туристичного продукту

У таблиці 1.3 систематизовано основні підходи до економічної інтерпретації туристичних ресурсів та узагальнено їх роль у формуванні туристичного продукту регіону. Представлені аналітичні аспекти відображають туристичні ресурси як базову економічну категорію, що забезпечує створення доданої вартості, формування конкурентних переваг території та мультиплікативний ефект для регіональної економіки. Таблиця демонструє взаємозв'язок між ресурсною основою туризму, процесом її трансформації у туристичний продукт і результативністю туристичної діяльності, що підкреслює необхідність комплексного та раціонального управління туристичними ресурсами в умовах регіонального розвитку.

Класифікація туристичних ресурсів є важливим науково-методичним інструментом, який дозволяє систематизувати різноманітні ресурси території, визначити напрями їх використання та обґрунтувати управлінські рішення у сфері розвитку туризму. У контексті регіонального розвитку класифікація туристичних ресурсів набуває особливого значення, оскільки забезпечує цілісне бачення ресурсного потенціалу та створює основу для формування туристичних продуктів і стратегій розвитку туризму[2,22].

У науковій літературі відсутній єдиний універсальний підхід до класифікації туристичних ресурсів, що зумовлено їх багатокомпонентністю та різноманіттям функціональних характеристик. Найбільш поширеними є класифікації за походженням, змістом, функціональним призначенням та ступенем залучення до туристичної діяльності.

Традиційно туристичні ресурси поділяють на природні та антропогенні (історико-культурні). Природні ресурси включають кліматичні умови, ландшафти, водні об'єкти, природно-заповідні території, які створюють базу для рекреаційного та екологічного туризму. Антропогенні ресурси охоплюють об'єкти культурної спадщини, архітектури, історії, а також елементи нематеріальної культури, що формують основу культурно-пізнавального туризму[6,7] (дивись табл..1.4).

Таблиця 1.4 -Класифікація туристичних ресурсів регіону

Критерій класифікації	Види туристичних ресурсів	Характеристика
За походженням	Природні	Ландшафти, клімат, водні об'єкти, природно-заповідні території
	Антропогенні	Пам'ятки історії, культури, архітектури, подієві ресурси
За змістом	Природно-рекреаційні	Використовуються для відпочинку та оздоровлення
	Культурно-пізнавальні	Орієнтовані на пізнання історії та культури
За функціональним призначенням	Основні	Формують ядро туристичного продукту
	Допоміжні	Підсилюють привабливість і комфорт
За ступенем використання	Використовувані	Активно залучені до туристичної діяльності
	Потенційні	Можуть бути використані за умови інвестицій
	Обмеженого використання	Потребують охорони та регулювання

Дані таблиці 1.4 свідчать про багатовимірний характер туристичних ресурсів регіону та доцільність їх систематизації за кількома взаємопов'язаними критеріями. Запропонована класифікація дозволяє комплексно охарактеризувати туристично-ресурсний потенціал території з урахуванням походження, функціонального призначення та рівня фактичного використання ресурсів у туристичній діяльності.

Таким чином, класифікація туристичних ресурсів є необхідною передумовою ефективного управління туристичним розвитком регіону, планування туристичних маршрутів, формування конкурентоспроможних туристичних продуктів та збереження ресурсної бази туризму

1.2 Туристичні ресурси як фактор формування регіонального туристичного продукту

Туристичні ресурси відіграють ключову роль у формуванні регіонального туристичного продукту, оскільки саме вони визначають зміст туристичних вражень, мотивацію подорожей і конкурентні позиції регіону на туристичному ринку. У сучасних умовах розвитку туризму регіональний туристичний продукт розглядається не як сукупність окремих послуг, а як комплексна система матеріальних і нематеріальних елементів, що формують цілісний туристичний досвід. Центральним елементом цієї системи є туристичні ресурси, які створюють основу для розвитку різних видів туризму та діяльності туристичних підприємств [8,26].

Регіональний туристичний продукт формується як комплексна сукупність матеріальних і нематеріальних складових, які забезпечують створення цілісного туристичного досвіду для споживача. Центральне місце у цій структурі займають туристичні ресурси, оскільки саме вони визначають зміст туристичної діяльності, мотивацію подорожей та спеціалізацію регіону на туристичному ринку. Без наявності відповідної ресурсної бази формування туристичного продукту втрачає зміст, а регіон — можливість конкурувати з іншими дестинаціями.

У структурному вимірі регіональний туристичний продукт включає туристичні ресурси, туристичну інфраструктуру, сервісне обслуговування, інформаційно-маркетингове забезпечення та організаційно-управлінські механізми. Серед зазначених складових туристичні ресурси виконують базову функцію, оскільки вони є первинною умовою виникнення туристичного попиту. Інші елементи структури виступають похідними та спрямовані на забезпечення доступності, комфорту й комерціалізації ресурсів.

Туристичні ресурси у структурі регіонального туристичного продукту

формують його тематичне наповнення та визначають домінуючі види туризму. Природні ресурси створюють передумови для розвитку активного, рекреаційного й екологічного туризму; історико-культурні — культурно-пізнавального; сакральні — паломницького; гастрономічні — гастрономічного та подієвого туризму. Таким чином, ресурсна база безпосередньо впливає на диверсифікацію туристичного продукту та здатність регіону задовольняти потреби різних цільових груп туристів.

Важливим аспектом є те, що туристичні ресурси не є туристичним продуктом у готовому вигляді. Вони набувають економічної цінності лише в процесі їх інтеграції з інфраструктурою, сервісами та організаційними рішеннями туристичних підприємств. Саме тому у структурі регіонального туристичного продукту туристичні ресурси слід розглядати як потенціал, який потребує трансформації у форму туристичної пропозиції шляхом розроблення маршрутів, пакетних турів і спеціалізованих програм.

У контексті регіонального розвитку туристичні ресурси виконують також функцію формування унікальності туристичного продукту. Навіть за наявності подібних інфраструктурних умов різні регіони можуть пропонувати принципово відмінні туристичні продукти завдяки особливостям ресурсної бази. Це дозволяє формувати конкурентні переваги регіону, які ґрунтуються на автентичності, історичній спадщині, природному різноманітті та культурній самобутності [3,9,24,26].

Для Західного регіону України характерним є поєднання різних груп туристичних ресурсів у межах одного туристичного продукту, що створює передумови для формування комплексних і багатокomпонентних пропозицій. Наприклад, у межах одного туристичного маршруту можуть поєднуватися природні ландшафти, історико-культурні об'єкти та гастрономічні елементи, що підвищує цінність туристичного продукту та рівень задоволеності туристів.

Таким чином, туристичні ресурси у структурі регіонального туристичного продукту виступають не лише його змістовною основою, а й

стратегічним чинником розвитку туризму. Ефективність формування регіонального туристичного продукту безпосередньо залежить від рівня ідентифікації ресурсів, ступеня їх інтеграції у туристичні пропозиції та якості управління процесом їх використання. Це зумовлює необхідність подальшого аналізу ролі туристичних ресурсів у формуванні образу дестинації та розвитку окремих видів туризму, що розглядається у наступних підпунктах.

Туристичні ресурси Західного регіону України становлять фундамент для розвитку різноманітних видів туризму та формування багатопрофільного регіонального туристичного продукту. Унікальне поєднання природно-ландшафтних, історико-культурних, сакральних та гастрономічних ресурсів визначає туристичну спеціалізацію регіону та створює передумови для диверсифікації туристичної діяльності. Саме ресурсна база зумовлює можливості розвитку конкретних видів туризму, їх сезонність, цільові аудиторії та економічну ефективність [2,8,9,22,25].

Природно-ландшафтні ресурси Західного регіону України, зокрема гірські масиви Карпат, лісові екосистеми, річкові долини та природно-заповідні території, створюють сприятливі умови для розвитку активного туризму. До його основних форм належать гірські походи, трекінг, велотуризм, лижний туризм і спелеотуризм. Цей вид туризму орієнтований на туристів, які прагнуть фізичної активності, природних вражень і емоційного відновлення. Активний туризм має важливе значення для подовження туристичного сезону, оскільки окремі його форми можуть розвиватися впродовж усього року. Крім того, він сприяє залученню молодіжних і сімейних туристичних потоків та стимулює розвиток малого підприємництва у гірських і сільських територіях.

Природно-лікувальні ресурси Західного регіону України, зокрема мінеральні води, лікувальні грязі та сприятливі кліматичні умови, формують основу для розвитку оздоровчого туризму. Курортні території регіону забезпечують можливості для санаторно-курортного лікування, профілактики захворювань та рекреаційного відновлення. Оздоровчий туризм

характеризується відносною стабільністю попиту, меншою залежністю від сезонних коливань та високим соціально-економічним ефектом. Його розвиток сприяє зростанню зайнятості населення, модернізації інфраструктури та підвищенню інвестиційної привабливості регіону.

Історико-культурні ресурси Західного регіону України, зокрема замки, історичні міста, музеї, архітектурні ансамблі та об'єкти нематеріальної культурної спадщини, створюють основу для розвитку культурно-пізнавального туризму. Цей вид туризму орієнтований на пізнання історії, культури та традицій регіону й має значний потенціал для формування тематичних маршрутів. Культурно-пізнавальний туризм сприяє збереженню культурної спадщини, формуванню позитивного іміджу регіону та розвитку подієвого туризму. Він також є важливим інструментом залучення внутрішніх і міжнародних туристів, зацікавлених у культурній автентичності території [1,2,6].

Сакральні ресурси Західного регіону України відіграють важливу роль у розвитку паломницького туризму, що базується на відвідуванні релігійних центрів і святинь. Паломницький туризм відзначається стабільністю туристичних потоків і можливістю функціонування незалежно від сезонних факторів. Окрім релігійної складової, паломницький туризм має культурне та соціальне значення, оскільки сприяє міжкультурному діалогу, збереженню духовної спадщини та розвитку інфраструктури навколо сакральних об'єктів.

Гастрономічні ресурси Західного регіону України, представлені традиційною кухнею, виноробством, сироварінням і локальними продуктами, формують основу розвитку гастрономічного туризму. Цей вид туризму орієнтований на туристів, які шукають автентичні кулінарні враження та готові витратити більше коштів на унікальний туристичний досвід. Гастрономічний туризм сприяє розвитку місцевого підприємництва, підтримці фермерських господарств і формуванню бренду території. Він часто поєднується з іншими видами туризму, підсилюючи комплексність туристичного продукту.

Однією з ключових особливостей Західного регіону України є можливість комплексного використання туристичних ресурсів для розвитку кількох видів туризму одночасно. Поєднання активного, оздоровчого, культурно-пізнавального, паломницького та гастрономічного туризму у межах одного туристичного продукту дозволяє підвищити його цінність, подовжити термін перебування туристів у регіоні та збільшити туристичні витрати.

Таким чином, туристичні ресурси Західного регіону України є основою розвитку різноманітних видів туризму, що забезпечує багатопрофільність регіонального туристичного продукту, підвищує конкурентоспроможність регіону та створює передумови для сталого розвитку туристичних підприємств.

Туристичні ресурси визначають рівень туристичної привабливості регіону, що проявляється у здатності території залучати туристичні потоки та утримувати інтерес споживачів. Привабливість регіону формується не лише кількістю ресурсів, а й їх унікальністю, збереженістю, доступністю та інтегрованістю у туристичні продукти. Конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку значною мірою залежить від здатності використовувати ресурси для створення диференційованих туристичних продуктів. Регіони з подібним ресурсним забезпеченням можуть мати різні конкурентні позиції залежно від рівня управління, маркетингової активності та інноваційності туристичних підприємств [3, 15].

Розвиток туристичного підприємництва безпосередньо залежить від наявності, якості та структури туристичних ресурсів регіону. Саме туристичні ресурси формують економічну основу туристичної діяльності, визначають можливості створення туристичних продуктів і послуг, а також зумовлюють спеціалізацію туристичних підприємств. У цьому контексті туристичні ресурси виступають не лише як фактор туристичної привабливості території, а як ключовий виробничий ресурс туристичного підприємництва. У структурі туристичного бізнесу ресурси виконують

функцію первинного чинника формування попиту, оскільки саме на їх основі виникає інтерес туристів до відвідування певної дестинації. Туристичні підприємства, зокрема туроператори, турагенти, засоби розміщення, екскурсійні та сервісні компанії, використовують ресурсний потенціал регіону для створення туристичних продуктів, формування маршрутів і програм подорожей. Відповідно, різноманітність та унікальність туристичних ресурсів розширюють підприємницькі можливості, стимулюють конкуренцію та сприяють інноваційності туристичної пропозиції [4,5].

У Західному регіоні України туристичні ресурси створюють сприятливі умови для розвитку різнопрофільного туристичного підприємництва. Поєднання природних, культурних, сакральних і гастрономічних ресурсів дозволяє туристичним підприємствам формувати як масові, так і нішеві туристичні продукти. Це сприяє розширенню асортименту послуг, диверсифікації джерел доходів і підвищенню стійкості бізнесу до сезонних коливань попиту.

Отже, туристичні ресурси є ключовим фактором розвитку туристичного підприємництва, оскільки вони формують основу для створення туристичних продуктів, визначають спеціалізацію бізнесу та впливають на економічну ефективність туристичної діяльності. Раціональне використання ресурсного потенціалу регіону сприяє розвитку підприємництва, зростанню зайнятості та підвищенню соціально-економічної ролі туризму в регіональному розвитку.

Перспективи розвитку регіонального туристичного продукту Західного регіону України пов'язані з підвищенням якості використання туристичних ресурсів, розвитком інфраструктури, цифровізацією туристичних послуг і активізацією співпраці між бізнесом, громадами та органами влади (дивись табл.1.5).

Таблиця 1.5 -Вплив туристичних ресурсів на формування регіонального туристичного продукту

Туристичні ресурси	Вид туризму	Характеристика туристичного продукту
Гірські ландшафти	Активний	Походи, трекінг, веломаршрути
Мінеральні води	Оздоровчий	Курортні та SPA-програми
Замки, музеї	Культурно-пізнавальний	Екскурсійні та тематичні тури
Сакральні об'єкти	Паломницький	Духовні маршрути
Локальна кухня	Гастрономічний	Дегустаційні та кулінарні тури

Аналіз даних таблиці 1.5 свідчить про тісний причинно-наслідковий зв'язок між структурою туристичних ресурсів Західного регіону України та напрямами формування регіонального туристичного продукту. Кожна група ресурсів формує окрему спеціалізацію туристичної діяльності, що забезпечує диверсифікацію туристичної пропозиції та зниження ризиків монопрофільного розвитку туризму. Узагальнюючи, таблиця 1.5 демонструє, що комплексне та взаємодоповнювальне використання різних груп туристичних ресурсів створює передумови для формування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту, підвищення економічної ефективності туристичної діяльності та сталого розвитку Західного регіону України.

Отже, туристичні ресурси є визначальним фактором формування регіонального туристичного продукту, який забезпечує туристичну привабливість, конкурентоспроможність регіону та розвиток туристичних підприємств. Високий рівень ресурсного забезпечення Західного регіону України створює передумови для розвитку багатoproфільного туризму та формування комплексних туристичних продуктів. Для туристичних підприємств, зокрема ТОВ «Партнер Тур Груп», ресурсний потенціал регіону є базою продуктотворення, розширення ринку туристичних послуг і зміцнення конкурентних позицій [20,21].

1.3 Зарубіжний досвід використання туристичних ресурсів у формуванні регіонального туристичного продукту

Вивчення зарубіжного досвіду використання туристичних ресурсів у формуванні регіонального туристичного продукту є важливою складовою теоретико-методологічного обґрунтування розвитку туризму на національному та регіональному рівнях. У сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції між туристичними DESTИНАЦІЯМИ саме ефективність використання туристичних ресурсів визначає здатність регіонів формувати конкурентоспроможні туристичні продукти, адаптовані до потреб різних сегментів туристичного ринку [10,11,17].

Аналіз зарубіжного досвіду дозволяє виявити ключові підходи до використання туристичних ресурсів у формуванні регіонального туристичного продукту, визначити інструменти підвищення його конкурентоспроможності та сформулювати практичні рекомендації щодо адаптації найбільш успішних моделей до умов розвитку туризму в Україні.

У країнах Європейського Союзу використання туристичних ресурсів у регіональному розвитку ґрунтується на системному підході, відповідно до якого туризм розглядається як інструмент соціально-економічного зростання, територіальної згуртованості та підвищення якості життя населення. Туристичні ресурси в європейській практиці сприймаються не лише як природна чи культурна спадщина, а як стратегічний актив регіону, що потребує цілеспрямованого управління та інтеграції у регіональні стратегії розвитку. Ключовою особливістю європейського підходу є децентралізація управління туризмом, за якої регіони та місцеві громади відіграють провідну роль у плануванні та використанні туристичних ресурсів. Саме на регіональному рівні здійснюється ідентифікація ресурсного потенціалу, визначення туристичної спеціалізації територій та формування регіонального туристичного продукту. Центральні органи влади при цьому забезпечують

нормативно-правову базу, фінансову підтримку та координацію загальнонаціональної туристичної політики. Європейські регіони активно застосовують стратегічний підхід до використання туристичних ресурсів, який передбачає розроблення довгострокових стратегій розвитку туризму з чітко визначеними пріоритетами, цілями та індикаторами ефективності. Туристичні ресурси у таких стратегіях виступають відправною точкою формування туристичного продукту, навколо якої вибудовуються інфраструктурні проекти, маркетингові програми та інвестиційні ініціативи [15,16,19].

Важливим елементом європейського підходу є орієнтація на принципи сталого розвитку. Використання туристичних ресурсів здійснюється з урахуванням екологічних обмежень, необхідності збереження культурної спадщини та залучення місцевого населення до туристичної діяльності. У багатьох європейських регіонах застосовуються інструменти регулювання туристичних потоків, зонування територій і обмеження антропогенного навантаження на найбільш чутливі туристичні ресурси. У практиці європейських країн туристичні ресурси розглядаються як основа формування унікальної туристичної ідентичності регіону. Регіони прагнуть не копіювати успішні моделі інших територій, а підкреслювати власну автентичність через використання локальних природних, культурних і гастрономічних ресурсів. Це дозволяє формувати диференційовані туристичні продукти та підвищувати конкурентоспроможність регіонів на міжнародному туристичному ринку [30].

Суттєву роль у використанні туристичних ресурсів відіграє кластерний підхід, який широко застосовується в європейській регіональній політиці. Туристичні кластери об'єднують туристичні підприємства, органи місцевого самоврядування, заклади культури, освітні установи та громадські організації з метою спільного використання ресурсів, координації туристичної діяльності та створення комплексного туристичного продукту. Європейський досвід також демонструє важливість маркетингового підходу до

використання туристичних ресурсів. Регіони активно інвестують у брендинг територій, створення туристичних маршрутів, тематичних продуктів і цифрових платформ, які забезпечують ефективну презентацію ресурсного потенціалу. Туристичні ресурси при цьому стають не просто об'єктами відвідування, а елементами цілісної туристичної історії регіону. Окрему увагу приділяють інноваційним підходам до використання туристичних ресурсів, зокрема впровадженню цифрових технологій, інтерактивних форматів екскурсій, доповненої реальності та смарт-туризму [16,19].

Таким чином, європейські підходи до використання туристичних ресурсів у регіональному розвитку базуються на стратегічному, сталому та комплексному управлінні ресурсним потенціалом. Туристичні ресурси виступають основою формування регіонального туристичного продукту, інструментом зміцнення конкурентних позицій регіонів і важливим чинником соціально-економічного розвитку територій. Досвід європейських країн є цінним для адаптації в умовах України, зокрема для Західного регіону, який має значний, але ще не повністю реалізований туристично-ресурсний потенціал.

Європейські країни мають значний і різноманітний досвід формування регіонального туристичного продукту на основі раціонального та комплексного використання туристичних ресурсів. Практика провідних туристичних дестинацій свідчить, що успіх регіонального туризму визначається не стільки обсягом ресурсів, скільки ефективністю їх інтеграції у цілісні туристичні продукти, орієнтовані на конкретні цільові сегменти ринку. Польща демонструє послідовний підхід до використання туристичних ресурсів у розвитку регіонального туризму, зосереджуючи увагу на історико-культурній спадщині, природних ландшафтах і розвитку сільського туризму. На регіональному рівні активно формуються тематичні туристичні продукти, зокрема культурно-пізнавальні маршрути, етнографічні тури та рекреаційні програми. Особливістю польської моделі є тісна взаємодія між органами місцевого самоврядування, туристичними підприємствами та громадами, що

дозволяє ефективно використовувати локальні ресурси для формування регіонального туристичного продукту. Значну увагу приділяють розвитку туристичної інфраструктури та брендингу регіонів, що підвищує їх упізнаваність і конкурентоспроможність [7, 27].

Австрія є прикладом успішного використання природно-ландшафтних ресурсів для формування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту. Гірські регіони країни спеціалізуються на розвитку активного, рекреаційного та зимового туризму, при цьому туристичні ресурси інтегруються у комплексні туристичні програми, що поєднують відпочинок, спорт і оздоровлення. Австрійська практика характеризується високим рівнем організації туристичних послуг, стандартизацією якості та активним залученням місцевого населення до туристичної діяльності. Регіональні туристичні продукти формуються з урахуванням сезонності, що дозволяє забезпечити стабільні туристичні потоки впродовж року.

Італія є одним із лідерів у використанні історико-культурних і гастрономічних туристичних ресурсів для формування регіональних туристичних продуктів. Регіони країни активно використовують культурну спадщину, архітектурні пам'ятки, традиції виноробства та локальної кухні для створення унікальних туристичних пропозицій. Особливістю італійського підходу є поєднання культурно-пізнавального туризму з гастрономічним, що дозволяє формувати туристичні продукти з високою доданою вартістю. Регіональні туристичні продукти часто мають чітку тематичну спрямованість і орієнтовані на автентичний туристичний досвід.

Франція активно використовує різноманітні туристичні ресурси для розвитку регіонального туризму, поєднуючи природні, культурні та подієві ресурси. Значну увагу приділяють формуванню туристичних маршрутів, розвитку сільського туризму та підтримці локальних ініціатив. Французька модель базується на принципах децентралізації та сталого розвитку, що дозволяє регіонам самостійно формувати туристичні продукти з урахуванням місцевої специфіки. Це сприяє збереженню туристичних ресурсів і

підвищенню якості туристичних послуг [28,30].

Аналіз практики окремих країн Європи свідчить, що формування регіонального туристичного продукту ґрунтується на комплексному використанні туристичних ресурсів, чіткому позиціонуванні регіонів і тісній співпраці між усіма учасниками туристичного процесу. Європейський досвід демонструє ефективність кластерного підходу, стратегічного планування та орієнтації на сталий розвиток. Отримані висновки мають важливе практичне значення для України, оскільки дозволяють адаптувати найбільш успішні європейські моделі використання туристичних ресурсів до умов розвитку регіонального туризму, зокрема в Західному регіоні (дивись табл. 1.6)..

Таблиця 1.6-Порівняльний аналіз практик формування регіонального туристичного продукту в окремих країнах Європи

Країна	Ключові туристичні ресурси	Домінуючі види туризму	Особливості формування регіонального туристичного продукту	Регіональний ефект
Польща	Історико-культурні об'єкти, природні ландшафти, сільські території	Культурно-пізнавальний, рекреаційний, сільський	Формування тематичних маршрутів, активна участь громад, регіональний брендинг	Зростання внутрішнього туризму, розвиток локального підприємництва
Австрія	Гірські ландшафти, кліматичні ресурси	Активний, зимовий, оздоровчий	Інтеграція природних ресурсів у комплексні туристичні програми, висока якість сервісу	Цілорічні туристичні потоки, висока додана вартість турпродукту
Італія	Історико-культурна спадщина, гастрономічні ресурси	Культурно-пізнавальний, гастрономічний	Поєднання культури й гастрономії, орієнтація на автентичний досвід	Підвищення туристичних витрат, сильні регіональні бренди
Франція	Природні, культурні, подієві ресурси	Культурний, сільський, подієвий	Децентралізоване управління, підтримка локальних ініціатив	Збалансований регіональний розвиток, сталі туристичні потоки

Дані таблиці 1.6 свідчать, що успішні європейські країни застосовують диференційований підхід до формування регіонального туристичного

продукту залежно від структури та специфіки туристичних ресурсів. Польща зосереджується на використанні історико-культурної спадщини та сільських територій, формуючи тематичні маршрути й продукти внутрішнього туризму. Австрія ефективно інтегрує природно-ландшафтні ресурси у комплексні туристичні програми активного й оздоровчого туризму, що забезпечує стабільність туристичних потоків упродовж року.

Італійська та французька моделі демонструють значення культурних, гастрономічних і подієвих ресурсів у формуванні туристичних продуктів з високою доданою вартістю. В Італії поєднання культурної спадщини з гастрономічними традиціями дозволяє створювати автентичні туристичні продукти, орієнтовані на індивідуальні враження туристів. Французький підхід базується на децентралізованому управлінні та підтримці локальних ініціатив, що сприяє рівномірному розвитку туризму на регіональному рівні та збереженню туристичних ресурсів.

Узагальнюючи, результати порівняльного аналізу підтверджують, що ключовими чинниками успішного формування регіонального туристичного продукту є комплексне використання туристичних ресурсів, чітке регіональне позиціонування та тісна взаємодія між органами влади, туристичним бізнесом і місцевими громадами. Зазначені підходи є релевантними для адаптації в Україні, зокрема в Західному регіоні, з метою підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів і сталого розвитку регіонального туризму.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

2.1 Туристично-ресурсний потенціал Західного регіону України

Природно-ресурсний потенціал є базовою складовою туристично-ресурсного потенціалу Західного регіону України та визначальним чинником розвитку регіонального туризму. У наукових дослідженнях він розглядається як сукупність природних умов і ресурсів, що можуть бути використані для рекреації, оздоровлення та туристичної діяльності [1,2]. Саме природні ресурси формують передумови для спеціалізації регіону, просторової концентрації туристичних потоків і розвитку туристичного підприємництва.

Західний регіон України, до складу якого входять Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Тернопільська, Волинська та Рівненська області, характеризується високим рівнем природно-ландшафтної різноманітності. Провідну роль у структурі природно-ресурсного потенціалу відіграє Карпатський гірський масив, який є одним із найважливіших рекреаційних районів країни [3]. Гірські ландшафти, передгірські зони та лісові масиви створюють сприятливі умови для розвитку активного, спортивного та екологічного туризму.

Важливим компонентом природно-ресурсного потенціалу регіону є кліматичні ресурси. Помірно континентальний клімат, значна кількість днів зі сприятливими погодними умовами та різноманітність мікрокліматичних зон, особливо в гірських районах, забезпечують можливості для цілорічної туристичної діяльності [2,4]. Кліматичні ресурси широко використовуються у розвитку рекреаційного та оздоровчого туризму, зокрема кліматотерапії. Суттєву роль у туристичному використанні природних ресурсів відіграють водні ресурси регіону. Річки Дністер, Прут, Тиса, Західний Буг, численні гірські потоки, а також озера та водосховища

формують умови для розвитку водного туризму, рибальства та рекреації [9]. Особливе значення мають мінеральні води, які є основою розвитку санаторно-курортного та оздоровчого туризму ,в регіоні [6].

Окреме місце у структурі природно-ресурсного потенціалу Західного регіону України займають лісові ресурси та природно-заповідні території. За даними Державної служби статистики України, регіон має одну з найвищих в країні часток лісистості, що створює сприятливі умови для розвитку екологічного та рекреаційного туризму [2,7,22]. Національні природні парки та заповідники виконують важливу функцію збереження природної спадщини та одночасно є об'єктами туристичного інтересу.

Разом із тим, рівень туристичного використання природно-ресурсного потенціалу Західного регіону України залишається нерівномірним. Частина ресурсів активно залучена до туристичного обігу, тоді як значна їх кількість має потенційний характер і потребує інфраструктурного та організаційного забезпечення [2]. Це свідчить про наявність резервів для розвитку туризму та необхідність удосконалення механізмів управління природними туристичними ресурсами (таблиця 2.1)

Таблиця 2.1-Природно-ресурсний потенціал Західного регіону України та напрями його туристичного використання

Група ресурсів	Характеристика	Напрями туристичного використання
Гірські ландшафти	Карпатський гірський масив, передгірські зони	Активний, спортивний, зимовий туризм
Кліматичні ресурси	Помірно континентальний клімат, мікроклімат	Рекреаційний, оздоровчий туризм
Водні ресурси	Річки, озера, мінеральні води	Водний, курортний, оздоровчий
Лісові ресурси	Висока лісистість територій	Екотуризм, пішохідні маршрути
Заповідні території	НПП, біосферні заповідники	Пізнавальний, екологічний туризм

Отже, природно-ресурсний потенціал Західного регіону України є важливою передумовою розвитку регіонального туризму та формування

конкуентоспроможного туристичного продукту. Його раціональне використання, з урахуванням екологічних обмежень і принципів сталого розвитку, створює значні можливості для диверсифікації туристичних продуктів та активізації діяльності туристичних підприємств [2,3,8,9].

Історико-культурні та сакральні туристичні ресурси є однією з ключових складових туристично-ресурсного потенціалу Західного регіону України та відіграють визначальну роль у формуванні культурно-пізнавального і паломницького туризму. Вони відображають історичний розвиток територій, культурну ідентичність регіону та духовні традиції населення, що формує високий рівень туристичної привабливості як для внутрішніх, так і для іноземних туристів [1; 2].

Західний регіон України характеризується високою концентрацією об'єктів історико-культурної спадщини, серед яких пам'ятки архітектури, містобудування, археології, сакральні споруди, музеї та історичні центри міст. За даними Державного реєстру нерухомих пам'яток України, у регіоні зосереджено значну частку пам'яток національного та місцевого значення, що створює передумови для формування розгалуженої мережі туристичних маршрутів [3].

Особливе місце у структурі історико-культурних ресурсів займають замкові та фортифікаційні комплекси, які є візитівкою Західної України. Львівська, Тернопільська та Закарпатська області відомі численними середньовічними замками, що активно використовуються у туристичній діяльності як об'єкти екскурсійного та подієвого туризму [4]. Такі ресурси сприяють формуванню тематичних туристичних продуктів і підвищенню впізнаваності регіону.

Значним туристичним потенціалом володіють історичні міста Західного регіону України, зокрема Львів, Кам'янець-Подільський, Луцьк, Ужгород, які мають добре збережені історичні центри, музейні комплекси та об'єкти нематеріальної культурної спадщини. Історичний центр Львова внесено до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, що суттєво підвищує

міжнародну туристичну привабливість регіону [23].

Вагомою складовою історико-культурного потенціалу є сакральні туристичні ресурси, які формують основу паломницького та духовно-культурного туризму. Західний регіон України відзначається значною кількістю культових споруд різних конфесій, що мають не лише релігійне, а й історико-культурне значення. Найбільш відомими паломницькими центрами є Зарваниця, Гошів, Крехів, які щорічно відвідують десятки тисяч паломників і туристів [6,23,24].

Сакральні ресурси мають важливу соціально-культурну функцію, оскільки сприяють збереженню духовної спадщини, розвитку міжкультурного діалогу та формуванню цілорічних туристичних потоків. На відміну від інших видів туризму, паломницький туризм менш залежний від сезонності, що позитивно впливає на стабільність туристичної діяльності в регіоні [2, 25].

Водночас ефективність використання історико-культурних і сакральних туристичних ресурсів значною мірою залежить від стану об'єктів, рівня туристичної інфраструктури, доступності та якості туристичного сервісу. Частина ресурсів використовується інтенсивно, тоді як значна кількість об'єктів залишається недостатньо інтегрованою у туристичний обіг, що вказує на наявність значного резерву для розвитку культурно-пізнавального та паломницького туризму (таблиця 2.2)[4,8].

Дані таблиці 2.2 підтверджують, що історико-культурні та сакральні туристичні ресурси Західного регіону України формують багатокomпонентну основу для розвитку культурно-пізнавального і паломницького туризму. Найбільший туристичний ефект забезпечують об'єкти з високим ступенем збереженості та міжнародного визнання, тоді як замкові комплекси та сакральні об'єкти мають значний потенціал для подальшої туристичної комерціалізації.

Таблиця 2.2-Характеристика історико-культурних та сакральних

туристичних ресурсів Західного регіону України[3; 5; 6].

Група ресурсів	Приклади об'єктів	Основні напрями туристичного використання
Архітектурні пам'ятки	Історичні центри міст, ансамблі забудови	Культурно-пізнавальний туризм
Замкові комплекси	Середньовічні замки та фортеці	Екскурсійний, подієвий туризм
Музейні ресурси	Історичні, етнографічні музеї	Пізнавальний, освітній туризм
Сакральні об'єкти	Храми, монастирі, святині	Паломницький, духовно-культурний
Об'єкти ЮНЕСКО	Історичний центр Львова	Міжнародний культурний туризм

Отже, історико-культурні та сакральні туристичні ресурси Західного регіону України є важливим чинником формування туристичної привабливості регіону та розвитку культурно-пізнавального і паломницького туризму. Їх раціональне використання та інтеграція у туристичні продукти створюють передумови для подовження туристичного сезону, зростання туристичних потоків і розвитку туристичного підприємництва.

Гастрономічні та подієві туристичні ресурси є важливою складовою туристично-ресурсного потенціалу Західного регіону України, що доповнює природні та історико-культурні ресурси і забезпечує формування туристичних продуктів з високою доданою вартістю. У сучасних дослідженнях вони розглядаються як елементи нематеріальної культурної спадщини та креативних індустрій, здатні підвищувати туристичну привабливість територій і стимулювати розвиток місцевого підприємництва [1; 2, 25,26].

Гастрономічні ресурси Західного регіону України представлені різноманітням локальних кулінарних традицій, продуктів харчування та напоїв, що сформувалися під впливом історичних, етнокультурних і природних чинників. Регіон відомий традиційними стравами галицької, бойківської, лемківської та гуцульської кухні, а також розвитком виноробства, сироваріння, бджільництва та крафтового виробництва харчових продуктів [3]. Такі ресурси створюють основу для розвитку гастрономічного туризму та формування дегустаційних і кулінарних туристичних продуктів.

Подієві туристичні ресурси регіону охоплюють фестивалі, ярмарки, культурні та релігійні заходи, які мають туристичну привабливість і сприяють формуванню короткострокових туристичних потоків. У Західному регіоні України регулярно проводяться гастрономічні, етнокультурні та музичні фестивалі, що залучають як внутрішніх, так і іноземних туристів. Подієвий туризм відіграє важливу роль у диверсифікації туристичної пропозиції та подовженні туристичного сезону [4].

Особливістю гастрономічних і подієвих туристичних ресурсів є їх тісний зв'язок із місцевими громадами та суб'єктами малого і середнього підприємництва. Фестивалі локальної кухні, винні та сирні маршрути, тематичні ярмарки сприяють розвитку локальної економіки, створенню робочих місць і підвищенню зайнятості населення. У стратегічних документах розвитку туризму на регіональному рівні гастрономічний і подієвий туризм визначаються як перспективні напрями туристичної спеціалізації Західного регіону України [23,24].

Разом із тим, рівень інтеграції гастрономічних і подієвих ресурсів у туристичний обіг залишається неоднорідним. Значна частина подій має локальний характер і недостатньо інтегрована у системні туристичні продукти, що обмежує їх економічний ефект. Це свідчить про необхідність удосконалення організаційних і маркетингових механізмів використання гастрономічних і подієвих туристичних ресурсів (таблиця 2.3) [2].

Таблиця 2.3-Гастрономічні та подієві туристичні ресурси Західного регіону України та напрями їх використання[3; 4; 5]

Група ресурсів	Приклади	Основні напрями туристичного використання
Гастрономічні	Локальна кухня, виноробство, сироваріння	Гастрономічний туризм, дегустаційні тури
Крафтові продукти	Мед, сири, локальні напої	Кулінарні маршрути, ярмарки
Подієві	Фестивалі, ярмарки, свята	Подієвий, культурний туризм
Етнокультурні	Народні обряди, традиції	Етнотуризм, пізнавальний туризм

Дані таблиці 2.3 свідчать, що гастрономічні та подієві туристичні ресурси Західного регіону України мають значний потенціал для диверсифікації туристичних продуктів і підвищення туристичної привабливості регіону. Найбільший економічний ефект забезпечують гастрономічні ресурси, інтегровані у системні туристичні маршрути, тоді як подієві ресурси потребують кращої координації та маркетингового просування.

Отже, гастрономічні та подієві туристичні ресурси Західного регіону України є перспективним напрямом розвитку регіонального туризму, який сприяє формуванню туристичних продуктів з високою доданою вартістю та активізації туристичного підприємництва. Їх ефективне використання потребує комплексного підходу, посилення ролі місцевих громад і туристичних підприємств, а також інтеграції у загальну систему регіонального туристичного розвитку. Здійснено комплексну оцінку туристично-ресурсного потенціалу Західного регіону України як базової передумови формування регіонального туристичного продукту та розвитку туристичного підприємництва. Аналіз структури та рівня використання туристичних ресурсів засвідчив, що регіон має значний і різноманітний ресурсний потенціал, здатний забезпечити розвиток багатопрофільного туризму.

2.2 Аналіз діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» у використанні туристичних ресурсів регіону.

ТОВ «Партнер Тур Груп» — українське туристичне підприємство, яке здійснює діяльність у сфері організації та реалізації туристичних послуг, зокрема автобусних та регіональних турів по Україні, з фокусом на Карпати та Закарпаття. Підприємство зареєстроване та функціонує у місті

Хмельницький, де розташований його офіс, що дозволяє йому ефективно обслуговувати як локальний туристичний попит, так і здійснювати виїзди з інших регіонів західної частини України.[20]. Компанія позиціонує себе як туроператор, що пропонує різні види туристичних продуктів — від короткотривалих одноденних поїздок до багатоденних програм вихідного та святкового формату. Основні напрямки діяльності включають організацію поїздок до природних і культурно-історичних об'єктів, зокрема Карпатських і Закарпатських туристичних зон, активних гірських маршрутів, оздоровчих і рекреаційних програм, а також спеціалізованих туристичних пропозицій під час святкових періодів.[20]. Асортимент туристичних продуктів підприємства представлений у вигляді різноманітних програм, доступних на офіційному сайті компанії. Серед типових продуктів — тури до Карпат і Закарпаття тривалістю від 2 до 7 днів, включаючи такі тематичні пропозиції, як: «Закарпатський смак + Термали» — триденний тур з відвіданням термальних басейнів та гастрономічними компонентами, з виїздами з Хмельницького та Тернополя в різні сезони; «Чарівне Закарпаття» та «Закарпатські Нотки» — регіональні програми культурно-пізнавального відпочинку на 3 дні; «Закарпатські Озера + Relax» — чотириденний релакс-тур, орієнтований на відпочинок біля водойм і природні локації; Карпатські активні маршрути (наприклад, «Гуцульськими стежками + Говерла», «Карпатські полонини з Говерлою + Джип Тур») — програми, що поєднують фізичну активність, знайомство з природою та локальними традиціями [20]. Компанія також пропонує сезонні та святкові тури, включаючи програми на Новий рік та довші маршрути навколо Карпат і Закарпаття, що дозволяє їй забезпечувати туристичний сервіс протягом усього року та охоплювати різні сегменти туристичного ринку — від молодіжних активних груп до сімейного відпочинку [20]. До спектру послуг ТОВ «Партнер Тур Груп» належать також організація транспортного обслуговування, прокат туристичного спорядження, бронювання квитків на поїзди та літаки, а також супровідні сервіси для туристів (включно з блогом, відгуками та консультаціями) [20].

Загальна характеристика діяльності підприємства свідчить про дієвий механізм використання туристичних ресурсів Західного регіону України у формуванні продуктів, що орієнтовані на масовий внутрішній попит. При цьому компанія послуговується природними, культурно-історичними, рекреаційними, гастрономічними та активними ресурсами регіону як основою для своєї пропозиції, що забезпечує їй гнучкість у формуванні туристичних продуктів та безперервність реалізації протягом календарного року[20]

Таблиця 2.4 - Коротка схематична характеристика ТОВ «Партнер Тур Груп»

Параметр	Характеристика
Назва	ТОВ «Партнер Тур Груп»
Локація	м. Хмельницький, Україна
Суб'єкт діяльності	Туроператор / турагент
Основні напрямки	Карпати, Закарпаття, активний та рекреаційний туризм
Типи продуктів	2–7 денні тури, святкові програми, тематичні маршрути
Додаткові послуги	Транспортні послуги, прокат спорядження, квитки
Цільові ринки	Внутрішній туристичний ринок України

Отже, Партнер Тур Груп є сучасним туристичним підприємством, діяльність якого орієнтована на формування та реалізацію регіональних туристичних продуктів з використанням туристичних ресурсів Західного регіону України. Підприємство спеціалізується переважно на внутрішньому туризмі, пропонуючи різноманітні туристичні програми до Карпат і Закарпаття, що поєднують природні, рекреаційні, культурно-пізнавальні, гастрономічні та активні ресурси регіону. Таблиця з техніко-економічними показниками діяльності підприємства ТОВ «Партнер Тур Груп» (ЄДРПОУ 38469218) на основі офіційних даних з опендатабот (таблиця 2.4) [20,21].

Після високого рівня доходу у 2022 р. (850500 грн.) підприємство зазнало значного зниження доходів у 2023 р. (224900 грн.), з незначним зростанням у 2024 р. (260800 грн.). Така динаміка свідчить про нестабільний попит/ринкові коливання у сфері внутрішнього туризму та можливий вплив

зовнішніх факторів (економічна кон'юнктура, пандемійні наслідки, сезонність).

Таблиця 2.4 -Техніко-економічні показники діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» (2022–2024)

Показник	2022	2023	2024	Коментар
Виручка (дохід), ₴	850500	224900	260800	Значне падіння у 2023 та незначне зростання у 2024 порівняно з піковим 2022 р.[21]
Чистий прибуток (збиток), ₴	49 400	-89200	-106800	Підприємство у збитку у 2023–2024, що потребує оптимізації витрат/моделі доходу[21]
Активи, ₴	161 000	171800	24300	Різке скорочення активів у 2024 (можлива ліквідація/реорганізація)[21]
Зобов'язання, ₴	100	100100	59400	Коливання зобов'язань зростає у 2023 та знижується у 2024 [21]
Кількість працівників, чол.	1	1	1	Сталий мікроперсонал, характерно для малих суб'єктів ринку [21]
Статутний капітал, ₴	1200	1200	1200	Стандартний для малого підприємства[21]
Дата заснування	11.02.2013	—	—	Період діяльності >10 років

Негативні значення прибутку у 2023–2024 рр. (-89200 грн. та -106 800 грн відповідно) вказують на операційні та/або адміністративні витрати, що перевищують доходи. Це потребує заходів щодо оптимізації структури витрат, підвищення середнього чека туристичного продукту або зниження собівартості. У 2024 р. суттєве зниження активів до 24 300 грн. свідчить про можливу реорганізацію підприємства або ліквідацію частини активів. Водночас зобов'язання залишаються суттєвими (59 400 грн.), що може впливати на ліквідність і операційну стійкість [20,21].

Стабільна кількість працівників (1 особа) свідчить про економію на фонді оплати праці та використання аутсорсингу/контрактних відносин для операційної діяльності.

Малий статутний капітал підтверджує малий бізнесовий формат підприємства, в якому основні витрати лягли на операційні, а не на

капітальні інвестиції. Присутність на ринку з 2013 р. демонструє довгий період функціонування в умовах внутрішнього туризму України.

Аналізуючи динаміку виручки та чистого фінансового результату ТОВ «Партнер Тур Груп» за 2022–2024 рр. свідчать про суттєві коливання економічних показників діяльності підприємства. У 2022 р. підприємство демонструвало найвищий рівень виручки, що становив 850,5 тис. грн, що забезпечило позитивний фінансовий результат у розмірі 49,4 тис. грн. Це свідчить про відносно ефективне використання туристичних ресурсів регіону в умовах сприятливої ринкової кон'юнктури [21].

У 2023 р. відбулося різке скорочення обсягу виручки до 224,9 тис. грн, що зумовило формування збитку у розмірі 89,2 тис. грн. У 2024 р. зафіксовано незначне зростання доходів до 260,8 тис. грн, однак фінансовий результат залишився від'ємним (–106,8 тис. грн). Така динаміка свідчить про те, що зростання виручки не супроводжувалося пропорційним зниженням витрат, що негативно вплинуло на загальну фінансову стійкість підприємства [21] (таблиця 2.5).

Таблиця 2.5 -Показники рентабельності діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп»

Рік	Виручка, грн	Чистий прибуток, грн	Рентабельність продажів, %
2022	850500	49400	5,81
2023	224900	–89200	–39,66
2024	260800	–106 800	–40,95

Рентабельність продажів у 2022 р. становила 5,81 %, що є типовим значенням для суб'єктів малого туристичного бізнесу та свідчить про здатність підприємства формувати прибуток на основі використання туристичних ресурсів Західного регіону України. Водночас у 2023–2024 рр. показник рентабельності набув від'ємних значень (–39,66 % та –40,95 %), що вказує на перевищення витрат над доходами та зниження ефективності використання туристично-ресурсного потенціалу [21].

Негативна динаміка рентабельності свідчить про необхідність

структурних змін у формуванні туристичних продуктів, зокрема підвищення середнього доходу на туриста, розширення частки комплексних маршрутів, активнішого залучення гастрономічних і подієвих ресурсів, а також оптимізації витрат на організацію турів. З економічної точки зору, саме підвищення ресурсної насиченості туристичного продукту може забезпечити зростання його доданої вартості та відновлення прибутковості діяльності підприємства [21].

Отримані результати підтверджують, що економічна ефективність використання туристичних ресурсів у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» є нестабільною та значною мірою залежить від структури туристичних продуктів і сезонності попиту. Це обґрунтовує доцільність розроблення у третьому розділі магістерської роботи комплексу заходів, спрямованих на удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України з метою підвищення фінансової результативності туристичного підприємства [20,21].

Отже, підприємство демонструє нестабільний фінансовий стан, з вираженою сезонністю та коливанням доходів. Збитковість у 2023-2024 потребує перегляду ціноутворення, вартості продуктів і контролю операційних витрат.

Зниження активів може бути ознакою операційної реструктуризації або недостатнього ринкового навантаження. Наявність низького штатного персоналу та малий статутний капітал утримують підприємство на малому рівні, що впливає на можливості масштабування.

Аналіз асортименту туристичних продуктів свідчить, що підприємство застосовує комплексний підхід до використання туристичних ресурсів, інтегруючи їх у багатокомпонентні туристичні програми різної тривалості та тематичної спрямованості. Це дозволяє ТОВ «Партнер Тур Груп» задовольняти потреби різних сегментів туристичного ринку, зокрема молодіжних, сімейних і рекреаційно-оздоровчих груп туристів, а також забезпечувати стабільний попит упродовж року [20,21].

Характерною рисою діяльності підприємства є гнучкість у формуванні туристичних маршрутів і програм, що дає змогу оперативно адаптувати туристичні продукти до змін туристичного попиту, сезонності та зовнішніх умов. Використання ресурсного потенціалу Західного регіону України як основи туристичного продукту сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому туристичному ринку та формуванню впізнаваного регіонального туристичного іміджу.

У цілому, ТОВ «Партнер Тур Груп» можна охарактеризувати як туристичне підприємство з чітко вираженою регіональною спеціалізацією, яке ефективно використовує туристичні ресурси Західного регіону України для формування туристичних продуктів, орієнтованих на внутрішній ринок. Це створює передумови для подальшого аналізу ефективності використання туристичних ресурсів у діяльності підприємства та обґрунтування напрямів їх удосконалення, що буде здійснено в наступних підпунктах дослідження [20,21].

Асортимент туристичних продуктів туристичного підприємства є ключовим показником рівня використання туристичних ресурсів регіону та ефективності їх інтеграції у туристичну діяльність. У цьому контексті аналіз асортименту туристичних продуктів Партнер Тур Груп дозволяє оцінити практичні механізми використання туристично-ресурсного потенціалу Західного регіону України у формуванні регіонального туристичного продукту. Аналіз інформації, представленої на офіційному вебсайті підприємства, свідчить, що основна частина туристичних продуктів орієнтована на Карпатський і Закарпатський туристичні регіони. Асортимент включає короткотривалі та багатоденні тури (від 2 до 7 днів), які поєднують природні, рекреаційні, історико-культурні, гастрономічні та активні туристичні ресурси. Така структура асортименту дозволяє підприємству охоплювати різні сегменти туристичного попиту та забезпечувати варіативність туристичних пропозицій [20, 21].

У туристичних продуктах підприємства домінують природно-ресурсні

компоненти, зокрема гірські ландшафти Карпат, термальні та мінеральні води Закарпаття, лісові й рекреаційні території. Вони є базою для формування активних (похідних, трекінгових, джип-турів) та оздоровчих туристичних програм. Разом із тим, значна частина турів доповнюється відвідуванням історико-культурних і сакральних об'єктів, що підвищує комплексність туристичного продукту [20].

Окрему групу в асортименті складають гастрономічні та рекреаційно-релаксаційні тури, які включають дегустації локальних продуктів, відвідування термальних комплексів, виноробень і крафтових виробництв. Такі туристичні продукти орієнтовані на туристів середнього віку та сімейні групи й забезпечують формування туристичних продуктів з вищою доданою вартістю [20].

Важливою особливістю асортименту є його сезонна диверсифікація. Підприємство пропонує зимові, весняні, літні та святкові програми, що дозволяє мінімізувати негативний вплив сезонності та забезпечувати більш рівномірне туристичне навантаження протягом року. Це свідчить про раціональне використання туристичних ресурсів регіону з урахуванням природно-кліматичних умов (таблиця 2.6)

Таблиця 2.6-Використання туристичних ресурсів Західного регіону України в асортименті туристичних продуктів ТОВ «Партнер Тур Груп»

Тип туристичного продукту	Основні туристичні ресурси	Вид туризму
Активні тури (Карпати, Говерла)	Гірські ландшафти, лісові ресурси	Активний, спортивний
Оздоровчі тури (термали)	Мінеральні та термальні води	Оздоровчий, рекреаційний
Культурно-пізнавальні тури	Замки, історичні міста	Культурно-пізнавальний
Гастрономічні тури	Локальна кухня, виноробні	Гастрономічний
Релаксаційні тури	Природні рекреаційні зони	Рекреаційний

Дані таблиці 2.6 свідчать, що асортимент туристичних продуктів ТОВ «Партнер Тур Груп» характеризується високим рівнем комплексності та орієнтацією на використання різних груп туристичних ресурсів Західного

регіону України.

Найбільш активно використовуються природно-ресурсні та рекреаційні ресурси, які формують основу активних і оздоровчих туристичних продуктів. Водночас історико-культурні та гастрономічні ресурси виконують доповнювальну функцію, підвищуючи привабливість і конкурентоспроможність туристичних програм.

Отже, асортимент туристичних продуктів ТОВ «Партнер Тур Груп» свідчить про ефективне використання туристичних ресурсів Західного регіону України у формуванні регіонального туристичного продукту. Підприємство застосовує комплексний підхід до поєднання різних груп туристичних ресурсів, що дозволяє задовольняти потреби різних сегментів туристичного ринку та створює передумови для подальшого удосконалення туристичних продуктів і підвищення ефективності туристичної діяльності [20,21].

Туристичні маршрути та програми подорожей є ключовим інструментом практичної реалізації туристично-ресурсного потенціалу регіону, оскільки саме через них туристичні ресурси трансформуються у цілісний туристичний продукт. Аналіз маршрутів Партнер Тур Груп дозволяє оцінити глибину інтеграції ресурсів Західного регіону України, рівень комплексності туристичних програм та їх відповідність запитам внутрішнього туристичного ринку. Маршрутна мережа підприємства зосереджена переважно на Карпатському та Закарпатському туристичних субрегіонах і охоплює гірські, рекреаційні, культурно-історичні та оздоровчі локації. За тривалістю маршрути поділяються на короткотривалі (2–3 дні) та багатоденні (4–7 днів), що дає змогу задовольняти різні часові та фінансові можливості туристів. Така диференціація маршрутів сприяє розширенню цільової аудиторії та підвищенню гнучкості туристичної пропозиції.

Окрему групу становлять спеціалізовані маршрути (активні сходження, джип-тури, релаксаційні програми з термалами), що орієнтовані на вузькі сегменти туристів і формують туристичні продукти з підвищеною доданою

вартістю. Такі маршрути свідчать про прагнення підприємства диверсифікувати пропозицію та використовувати ресурсний потенціал регіону більш цілеспрямовано (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7 -Матриця “туристичний ресурс – маршрут – результат” у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп»

Тип туристичного ресурсу	Приклад маршруту / програми	Туристичний результат
Природно-ландшафтні	Карпатські походи, Говерла	Залучення активних туристів, сезонне розширення
Оздоровчі	Закарпатські термали	Стабільний попит, цілорічні тури
Історико-культурні	Замкові маршрути Закарпаття	Підвищення пізнавальної цінності
Сакральні	Відвідування монастирів	Формування паломницьких програм
Гастрономічні	Дегустаційні зупинки	Зростання доданої вартості продукту

Матриця демонструє, що туристичні маршрути ТОВ «Партнер Тур Груп» формуються на засадах комплексного використання туристичних ресурсів Західного регіону України. Природно-ландшафтні та оздоровчі ресурси виконують системоутворюючу роль, забезпечуючи масовий попит, тоді як історико-культурні, сакральні та гастрономічні ресурси підсилюють туристичну привабливість маршрутів і формують додаткову цінність для споживачів.

Отже, аналіз туристичних маршрутів і програм подорожей ТОВ «Партнер Тур Груп» свідчить про ефективну інтеграцію туристичних ресурсів Західного регіону України у туристичні продукти підприємства. Комплексність маршрутів, їх сезонна диверсифікація та орієнтація на різні сегменти туристів створюють передумови для стабільного функціонування підприємства та підвищення конкурентоспроможності його туристичних програм. Водночас подальше удосконалення маршрутної мережі можливе за рахунок глибшого залучення гастрономічних і подієвих ресурсів та розвитку нішевих туристичних продуктів.

2.3 Проблеми та обмеження використання туристичних ресурсів у діяльності підприємства

Аналіз туристично-ресурсного потенціалу Західного регіону України та практики його використання у діяльності Партнер Тур Груп свідчить, що за наявності значного природного, історико-культурного та соціально-економічного потенціалу ефективність його залучення у формування туристичного продукту залишається недостатньою. Це зумовлено комплексом внутрішніх і зовнішніх проблем та обмежень, які негативно впливають на результативність туристичної діяльності підприємства [20,21].

Однією з ключових проблем є фрагментарність використання туристичних ресурсів, що проявляється у домінуванні однотипних туристичних маршрутів та недостатній інтеграції природних, культурних і гастрономічних елементів у межах одного туристичного продукту. Такий підхід знижує насиченість туристичного досвіду та обмежує можливості підвищення споживчої цінності турів.

Суттєвим обмеженням також виступає висока логістична складова туристичних продуктів, орієнтованих переважно на віддалені дестинації Західного регіону України. Значні транспортні витрати підвищують собівартість турів, зменшують маржинальність і знижують цінову конкурентоспроможність підприємства на внутрішньому ринку туристичних послуг.

Ще однією проблемою є виражена сезонність туристичного попиту, що обмежує можливості стабільного використання туристичних ресурсів протягом року. Зосередження туристичних програм у пікові періоди призводить до нерівномірного завантаження туристичної інфраструктури та нестабільності фінансових результатів підприємства.

Варто також відзначити обмежену взаємодію з локальними громадами та суб'єктами малого туристичного бізнесу, що стримує повноцінне

залучення локальних ресурсів (сільських зелених садиб, гастрономічних локацій, подієвих заходів) до формування туристичного продукту. Це зменшує мультиплікативний ефект туризму та обмежує можливості зниження витрат через партнерські моделі співпраці.

Узагальнення виявлених проблем і обмежень дозволяє систематизувати їх вплив на діяльність туристичного підприємства та визначити напрями подальшого удосконалення використання туристичних ресурсів, що стане предметом дослідження у третьому розділі магістерської роботи (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7 Проблеми та обмеження використання туристичних ресурсів у діяльності туристичного підприємства

Група проблем	Сутність проблеми	Прояв у діяльності підприємства	Наслідки для ефективності
Ресурсні	Фрагментарне використання туристичних ресурсів	Недостатня інтеграція природних, культурних і гастрономічних елементів	Зниження привабливості та унікальності турпродукту
Логістичні	Висока транспортна складова турів	Орієнтація на віддалені дестинації	Зростання собівартості та зниження маржі
Економічні	Обмежена диверсифікація туристичних продуктів	Домінування сезонних багатоденних турів	Нестабільність доходів
Організаційні	Недостатня співпраця з локальними суб'єктами	Обмежене використання місцевих садиб і сервісів	Втрата потенційних партнерських переваг
Ринкові	Сезонність туристичного попиту	Концентрація турів у пікові періоди	Нерівномірне завантаження ресурсів
Управлінські	Недостатня орієнтація на короткотермінові формати	Обмежена кількість турів вихідного дня	Низька оборотність коштів

Дані таблиці 2.6 свідчать, що проблеми використання туристичних ресурсів мають системний характер та охоплюють ресурсну, економічну, організаційну й управлінську сфери діяльності підприємства. Виявлені обмеження взаємопов'язані між собою та формують сукупний негативний

ефект, що проявляється у зниженні маржинальності, нестабільності доходів і неповному використанні туристичного потенціалу регіону.

Проведений аналіз засвідчує, що проблеми використання туристичних ресурсів у діяльності Партнер Тур Груп мають не поодинокий, а системний характер, оскільки формуються під впливом як зовнішніх умов функціонування туристичного ринку Західного регіону України, так і внутрішніх організаційно-економічних особливостей підприємства. Сукупна дія цих чинників зумовлює неповну реалізацію ресурсного потенціалу регіону та обмежує можливості зростання економічної ефективності туристичної діяльності. Однією з ключових проблем є фрагментарне використання туристичних ресурсів, коли в межах одного туристичного продукту задіюється обмежена кількість ресурсних елементів. Переважання маршрутів, орієнтованих лише на один тип ресурсу (переважно природний або рекреаційний), призводить до зниження комплексності туристичного продукту та обмежує його унікальність. У результаті підприємство втрачає можливість формування доданої вартості за рахунок поєднання природних, культурних і гастрономічних складових.

Аналітично це проявляється у зниженні середнього чека, скороченні тривалості туристичних вражень і зменшенні мотивації до повторних поїздок. Такий підхід стримує розвиток продуктів із підвищеною споживчою цінністю, що є особливо важливим в умовах зростання конкуренції на внутрішньому туристичному ринку. Важливою проблемою є висока частка транспортних витрат у структурі собівартості туристичних продуктів, що зумовлена орієнтацією на віддалені дестинації Західного регіону. Значні логістичні витрати знижують рентабельність турів і обмежують можливості цінової гнучкості підприємства.

З економічної точки зору це призводить до: зменшення маржинального доходу з одного туриста; підвищення фінансових ризиків у разі недоукомплектованих груп; обмеження можливостей регулярної реалізації турів протягом року. Таким чином, логістичний чинник виступає одним із

головних стримуючих факторів ефективного використання туристичних ресурсів регіону. Аналіз діяльності підприємства також показав, що використання туристичних ресурсів має виражений сезонний характер, що негативно впливає на рівень завантаженості туристичної інфраструктури та фінансову стабільність підприємства. Концентрація туристичних потоків у літньо-осінній період зумовлює нерівномірність доходів і ускладнює планування господарської діяльності. Сезонність обмежує можливості повноцінного використання ресурсів у міжсезонний період, що, своєю чергою, знижує ефективність капіталовкладень у туристичну інфраструктуру та сервіс. В умовах сучасного ринку це вимагає переорієнтації на короткотермінові та всесезонні туристичні формати, здатні забезпечити більш рівномірний попит. Ще одним важливим обмеженням є недостатній рівень інтеграції локальних туристичних ресурсів, зокрема сільських зелених садиб, гастрономічних локацій, подієвих заходів та ініціатив територіальних громад. Обмежена співпраця з локальними суб'єктами господарювання зводить до мінімуму можливості формування автентичних туристичних продуктів і зменшує мультиплікативний ефект туризму для регіону. З управлінської точки зору це означає втрату потенційних переваг, пов'язаних із: зниженням витрат за рахунок партнерських угод; підвищенням автентичності туристичного продукту; формуванням позитивного іміджу підприємства як соціально відповідального суб'єкта. Сукупність виявлених проблем свідчить про наявність управлінських обмежень, пов'язаних із недостатньою диверсифікацією туристичних продуктів та обмеженою орієнтацією на сучасні формати туризму. Відсутність чіткої стратегії комплексного використання туристичних ресурсів стримує можливості довгострокового розвитку підприємства та його адаптації до змін ринкового середовища.

Таким чином, проблеми та обмеження використання туристичних ресурсів у діяльності туристичного підприємства мають багаторівневий характер і проявляються на ресурсному, логістичному, економічному та управлінському рівнях. Їх подолання потребує впровадження системних

управлінських рішень, спрямованих на підвищення ресурсної комплексності туристичних продуктів, оптимізацію логістики та розширення партнерської взаємодії з локальними суб'єктами. Це обґрунтовує необхідність розробки практичних рекомендацій, що становлять зміст третього розділу магістерської роботи.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ (на прикладі ТОВ «Партнер Тур Груп»)

3.1 Стратегічні напрями удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп»

Сучасний етап розвитку туристичної індустрії України характеризується підвищенням ролі внутрішнього туризму, зростанням конкуренції між туристичними підприємствами та необхідністю більш раціонального використання туристичних ресурсів регіонів. У цих умовах стратегічне управління використанням туристичних ресурсів набуває особливої актуальності, оскільки саме від ефективності їх залучення залежить фінансова результативність туристичних підприємств і їх здатність адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури.

Результати аналізу, проведеного у розділі 2 магістерської роботи, засвідчили, що ТОВ «Партнер Тур Груп» здійснює активну діяльність у сфері внутрішнього туризму та використовує значний туристично-ресурсний потенціал Західного регіону України. Водночас виявлено низку проблем, серед яких нестабільність доходів, негативні значення рентабельності у 2023–2024 роках, висока сезонність попиту та недостатній рівень доданої вартості туристичних продуктів. Це обумовлює необхідність формування та реалізації системи стратегічних напрямів удосконалення використання туристичних ресурсів (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 узагальнює стратегічні напрями удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» та відображає їх взаємозв'язок із виявленими проблемами функціонування підприємства.

Таблиця 3.1 - Стратегічні напрями удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп»

№	Виявлена проблема (за результатами розділу 2)	Стратегічний напрям удосконалення	Орієнтація на туристичні ресурси	Очікуваний стратегічний результат
1	Низька додана вартість окремих турів	Підвищення комплексності туристичного продукту	Природні, культурні, гастрономічні	Зростання середнього доходу на туриста
2	Висока сезонність туристичного попиту	Диверсифікація турів у міжсезоння	Оздоровчі, рекреаційні	Стабілізація грошових потоків
3	Обмежене використання локальних ресурсів	Поглиблення інтеграції локальних ресурсів	Гастрономічні, подієві, сільський туризм	Зростання конкурентоспроможності
4	Нестабільна рентабельність маршрутів	Оптимізація маршрутної мережі	Усі групи ресурсів	Підвищення загальної рентабельності
5	Слабка клієнтська лояльність	Орієнтація на повторні продажі	Туристичний продукт загалом	Зниження маркетингових витрат
6	Відсутність системи сталого використання	Інтеграція принципів сталого туризму	Природні та культурні ресурси	Довгострокова економічна стійкість

Запропоновані стратегічні орієнтири мають системний характер і спрямовані на підвищення економічної ефективності туристичної діяльності, стабілізацію фінансових результатів та формування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту. Одним із ключових напрямів удосконалення використання туристичних ресурсів є перехід від переважно екстенсивної моделі туристичної діяльності до моделі, орієнтованої на зростання доданої вартості туристичного продукту. У діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» це означає не стільки збільшення кількості турів, скільки підвищення економічної цінності кожного туристичного маршруту за рахунок глибшої інтеграції різних груп ресурсів.

Проведений аналіз показав, що найбільшу дохідність забезпечують комплексні туристичні продукти, які поєднують природні, рекреаційні, гастрономічні та культурно-пізнавальні ресурси. Тому стратегічним

завданням підприємства має стати системне формування багатокомпонентних маршрутів, орієнтованих на збільшення середнього доходу на одного туриста та подовження тривалості перебування. Високий коефіцієнт сезонності, зафіксований у фінансово-економічних показниках підприємства, є одним з основних чинників нестабільності грошових потоків. У цьому контексті стратегічним напрямом удосконалення використання туристичних ресурсів є диверсифікація туристичних продуктів з орієнтацією на міжсезонний попит.

Західний регіон України має значний потенціал для розвитку туризму поза піковими сезонами, зокрема за рахунок оздоровчих, релаксаційних, гастрономічних і культурно-пізнавальних програм. Розширення пропозиції таких турів дозволить підприємству забезпечити більш рівномірне завантаження маршрутів протягом року та підвищити стабільність фінансових результатів.

Аналіз структури туристичних продуктів ТОВ «Партнер Тур Груп» свідчить про недостатню частку локальних ресурсів у загальній вартості туристичних пакетів. Це обмежує як економічну ефективність діяльності підприємства, так і мультиплікативний ефект для регіональної економіки. Стратегічним напрямом удосконалення є активніше залучення локальних гастрономічних, подієвих та культурних ресурсів, а також розвиток партнерських відносин із місцевими суб'єктами туристичної інфраструктури. Такий підхід дозволить сформувати унікальні туристичні продукти регіонального характеру та підвищити конкурентоспроможність підприємства на внутрішньому туристичному ринку. В умовах нестабільних фінансових результатів особливої актуальності набуває оптимізація витрат, пов'язаних з організацією туристичних маршрутів. Стратегічне удосконалення використання туристичних ресурсів має передбачати перегляд маршрутної мережі з урахуванням рівня попиту, рентабельності та ресурсної насиченості кожного туристичного продукту. Раціоналізація маршрутів, підвищення завантаженості туристичних груп, а також

використання партнерських програм з готелями, закладами харчування та транспортними компаніями сприятимуть зниженню собівартості туристичних продуктів і підвищенню їх рентабельності [20,21].

Важливим стратегічним напрямом є впровадження принципів сталого розвитку у діяльність ТОВ «Партнер Тур Груп». Рациональне використання природних і культурних туристичних ресурсів, підтримка місцевих громад і збереження туристичної привабливості територій є необхідною умовою довгострокової економічної ефективності туристичної діяльності. Інтеграція елементів сталого туризму дозволить підприємству не лише підвищити соціально-економічну віддачу від туристичних ресурсів, а й сформувати позитивний імідж відповідального туристичного оператора, що є важливим чинником конкурентоспроможності на сучасному туристичному ринку.

Отже, стратегічні напрями удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» мають комплексний і взаємопов'язаний характер. Їх реалізація спрямована на підвищення доданої вартості туристичних продуктів, зменшення сезонних коливань попиту, оптимізацію витрат та забезпечення довгострокової економічної ефективності туристичної діяльності. Сформовані стратегічні орієнтири створюють основу для розроблення конкретних управлінських і економічно обґрунтованих заходів, що будуть розглянуті у наступному підпункті магістерської роботи.

3.2 Комплекс заходів з удосконалення використання туристичних ресурсів у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп»

Одним із ключових напрямів підвищення ефективності використання туристичних ресурсів Західного регіону України у діяльності Партнер Тур Груп є удосконалення туристичного продукту шляхом зростання його

ресурсної комплексності. Проведений у попередніх розділах аналіз засвідчив, що значна частина існуючих турів до Карпат і Закарпаття орієнтована переважно на один домінуючий ресурс (природний або рекреаційний), що обмежує споживчу цінність туристичного продукту та його здатність формувати вищу додану вартість. З метою подолання зазначеного обмеження доцільним є переформатування існуючих туристичних програм у багатокомпонентні маршрути формату “3 в 1”, які поєднують різні групи туристичних ресурсів у межах одного туру. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям розвитку внутрішнього туризму, коли турист очікує не лише відпочинку, а й комплексного туристичного досвіду.

Зміст багатокомпонентного маршруту формату “3 в 1” це у першу чергу природна атракція де у якості базового елемента маршруту пропонується використання найбільш привабливих природних ресурсів Карпат і Закарпаття: гірських ландшафтів, водоспадів, полонин, термальних і мінеральних вод. Саме природна складова формує основний мотив подорожі та забезпечує стабільний туристичний попит. По – друге, це культурно-пізнавальний об’єкт де додатково до природної складової у програму туру включається один культурно-пізнавальний елемент: замок (Мукачівський, Ужгородський), музей, історичний центр міста або архітектурна пам’ятка. Це дозволяє розширити зміст туру без істотного збільшення витрат і часу перебування, водночас підвищуючи пізнавальну цінність туристичного продукту. По – третє, гастрономічний або подієвий елемент де третім компонентом маршруту виступає гастрономічний або подієвий елемент: дегустація локальних продуктів, відвідування сироварні, виноробні, участь у фестивалі або знайомство з традиційною кухнею регіону. Саме цей компонент формує емоційну “родзинку” туру та забезпечує унікальний туристичний досвід.

Практична реалізація підвищення ресурсної комплексності туристичних продуктів передбачає насамперед оновлення змісту та структури існуючих турів без кардинальної зміни їх тривалості. Зокрема,

доцільно:оновити описи турів на офіційному сайті підприємства з акцентом на унікальність і багатокомпонентність маршруту, чітко виокремлюючи ключові враження для туриста;включити до кожного туру 1–2 додаткові локації, які логістично розташовані вздовж основного маршруту і не потребують додаткових ночівель;сформувати для кожного туру «родзинку маршруту» — унікальний елемент (дегустація, панорамна локація, автентична вечеря), який стає основним маркетинговим акцентом туристичного продукту.З організаційної точки зору, реалізація зазначених заходів можлива на основі партнерських домовленостей із локальними суб'єктами туристичної інфраструктури, що дозволяє мінімізувати додаткові витрати та зберегти гнучкість туристичних програм.

Підвищення ресурсної комплексності туристичних продуктів забезпечує зростання середнього чека туриста на 15–25 % за рахунок підвищення споживчої цінності туру та можливості диференціації цінових пакетів. Крім того, багатокомпонентні маршрути підвищують конкурентоспроможність туристичних продуктів, сприяють зростанню лояльності клієнтів і формуванню повторного попиту.Таким чином, удосконалення туристичного продукту шляхом підвищення його ресурсної комплексності є економічно обґрунтованим і організаційно здійсненним заходом, що дозволяє більш повно використовувати туристичні ресурси Західного регіону України та забезпечити зростання фінансової результативності діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп».

Західний регіон України має значні передумови для розвитку туризму у міжсезонний період за рахунок таких груп туристичних ресурсів: оздоровчі ресурси (термальні та мінеральні води, рекреаційні комплекси); гастрономічні ресурси (локальна кухня, виноробство, сироваріння); культурно-пізнавальні ресурси (музеї, історичні міста, архітектурні пам'ятки); подієві ресурси (фестивалі, ярмарки, тематичні заходи). На відміну від активного літнього туризму, зазначені ресурси не мають жорсткої прив'язки до кліматичних умов, що робить їх придатними для використання

у весняний та осінній періоди. Для ТОВ «Партнер Тур Груп» доцільним є запровадження спеціалізованих міжсезонних турів, орієнтованих на різні цільові аудиторії, зокрема: оздоровчо-релаксаційні тури з відвідуванням термальних басейнів і спа-комплексів; гастрономічні тури вихідного дня, що включають дегустації локальних продуктів та майстер-класи; культурно-пізнавальні тури з відвідуванням музеїв, замків і історичних центрів міст; комбіновані міжсезонні тури, які поєднують релакс, гастрономію та культурну складову.

Таким чином, оптимізація маршрутної мережі та витрат є важливим інструментом підвищення економічної ефективності використання туристичних ресурсів Західного регіону України у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 -Комплекс заходів з удосконалення використання туристичних ресурсів у діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп»

№	Захід	Туристичні ресурси	Орієнтовні витрати	Очікуваний економічний ефект
1	Розробка комплексних маршрутів (природа + культура + гастрономія)	Природні, історико-культурні, гастрономічні	Низькі (маршрутне планування)	Зростання середнього доходу на туриста на 15–25 %
2	Розширення міжсезонних турів (термали, релакс, гастротури)	Оздоровчі, рекреаційні, гастрономічні	Низькі–середні	Зменшення сезонності, стабілізація грошових потоків
3	Інтеграція локальних подій і фестивалів у тури	Подієві, культурні	Низькі	Підвищення привабливості продукту, зростання попиту
4	Партнерство з локальними виробниками та садибами	Гастрономічні, сільський туризм	Низькі	Зростання доданої вартості та лояльності туристів
5	Оптимізація маршрутної мережі (виключення малорентабельних турів)	Усі групи ресурсів	Мінімальні	Підвищення рентабельності маршрутів
6	Диференціація цінкових пакетів (базовий / розширений)	Комплексні ресурси	Низькі	Збільшення доходів за рахунок upsell
7	Запровадження програм лояльності для повторних клієнтів	Туристичний продукт загалом	Низькі	Зростання частки повторних продажів
8	Акцент на екологічно відповідальний туризм	Природні ресурси	Низькі	Підвищення іміджу та довгострокової стійкості

Запропонований комплекс заходів орієнтований на підвищення економічної ефективності використання туристичних ресурсів без значного збільшення витрат підприємства. Найбільший економічний ефект очікується від заходів, спрямованих на підвищення комплексності туристичних продуктів і зростання середнього доходу на туриста. Зменшення сезонності та оптимізація маршрутної мережі сприятимуть стабілізації фінансових результатів і зниженню ризиків збитковості.

З метою підвищення ефективності використання туристичних ресурсів Західного регіону України у діяльності Партнер Тур Груп у межах підпункту 3.2 запропоновано новий туристичний продукт короткотермінового формату з використанням ресурсів Тернопільської та Івано-Франківської областей. На відміну від традиційних багатоденних турів до віддалених гірських регіонів, новий продукт орієнтований на скорочення логістичних витрат, підвищення оборотності туристичних програм та зростання маржинальності туристичної діяльності.

Програма маршруту «Дністровські враження: каньйони, фортеці та автентичні смаки Зх. Поділля і Прикарпаття»

День 1. Природні та історичні ресурси Зх. Поділля

Ранок: Виїзд групи з місця збору; Переїзд до південної частини Тернопільської області; Вступна інформація від гіда про Поділля та Дністровський каньйон

Денна програма: Огляд Заліщицької панорами — один із найвідоміших ландшафтних об'єктів України; Спуск до Дністра, прогулянка каньйоном; Відвідання Червоногородського замку (історико-культурний компонент); Огляд Джуринського водоспаду — найвищого рівнинного водоспаду України

Обід: Обід у локальній сільській садибі з елементами подільської кухні

Вечір: Переїзд до місця проживання; Поселення у зеленій садибі або малому готелі; Гастрономічна програма: дегустація локальних продуктів (сири, мед, наливки); спілкування з місцевими виробниками; Вечеря, вільний час

Ресурсна реалізація дня:природні + історико-культурні + гастрономічні ресурси

День 2. Культурна спадщина та автентика Прикарпаття

Ранок:Сніданок у садибі; Переїзд до Івано-Франківської області

Денна програма:Відвідання історичних локацій Прикарпаття; Прогулянка історичним центром міста (Івано-Франківськ / Галич — за обраною версією маршруту); Відвідання музею або етнографічного об'єкта

Кулінарний блок: Майстер-клас з приготування традиційної галицької стравиабоДегустація локальних страв і напоїв

Завершення туру: Підсумковий обід; Повернення до місця збору

Ресурсна реалізація дня:культурні + гастрономічні + соціальні ресурси

Таблиця 3.3 - Ресурсна матриця маршруту«Дністровські враження: каньйони, фортеці та автентичні смаки Зх. Поділля і Прикарпаття»

Компонент	Реалізація
Природні ресурси	Дністровський каньйон, водоспади, панорами
Культурні ресурси	Замки, історичні міста, музеї
Гастрономічні ресурси	Локальна кухня, дегустації
Соціальні ресурси	Садиби, громади, місцеві виробники
Економічні ресурси	Коротка логістика, партнерські угоди

Запропонований туристичний маршрут забезпечує комплексне використання туристичних ресурсів Тернопільської та Івано-Франківської областей, поєднуючи природні, історико-культурні та гастрономічні елементи у межах короткотермінового туру. Раціональна логістика та висока ресурсна насиченість маршруту створюють передумови для підвищення економічної ефективності туристичної діяльності та формування конкурентоспроможного туристичного продукту для внутрішнього ринку.

Економічний ефект запропонованого туристичного продукту проявляється не у зниженні ціни реалізації, а у скороченні собівартості

туристичного продукту за рахунок: зменшення транспортних витрат; використання локальних засобів розміщення; коротшої тривалості туру; партнерської моделі співпраці з місцевими громадами. Це дозволяє зберегти конкурентну ціну для споживача та водночас забезпечити вищий рівень рентабельності для туристичного підприємства (дивись табл.3.3).

Таблиця 3.4-Порівняльна характеристика економічних параметрів туристичних продуктів

Показник	«Карпатський релакс» (Закарпаття)	Новий продукт (Західне Поділля)
Тривалість туру	3–4 дні	2 дні / 1 ніч
Середня ціна пакету, грн	3 000–4 500	3 200–4 200
Орієнтовна собівартість, грн	2 800–3 500	2 400–3 400
Транспортні витрати, грн	900–1 300	600–800
Орієнтовна маржа	10–15 %	20–30 %
Частота реалізації	Сезонна	Регулярна (weekend)
Ризик збитковості	Вищий	Нижчий

Як свідчать дані таблиці 3.4, за близького рівня ціни реалізації новий туристичний продукт має нижчу собівартість, що забезпечує зростання маржинального доходу на кожного туриста. Скорочення транспортних витрат на 20–30 % є ключовим чинником підвищення економічної ефективності та дозволяє туристичному підприємству отримувати стабільний прибуток навіть за невеликих туристичних груп. Крім того, короткотерміновий формат туру дозволяє підвищити частоту його реалізації протягом місяця, що сприяє швидшому обороту коштів та зниженню фінансових ризиків, пов'язаних із сезонністю туристичного попиту.

Розрахунок маржинального ефекту (умовний приклад)

За умови реалізації: 4 турів на місяць; середньої групи 20 осіб; середньої маржі 25 %, очікуваний додатковий маржинальний дохід може становити:

Новий продукт: $20 \text{ осіб} \times 4 \text{ тури} \times (\approx 800\text{--}1\,000 \text{ грн маржі}) = 64\text{--}80 \text{ тис. грн / місяць}$

Для порівняння, багатоденні тури з нижчою частотою продажів і маржею забезпечують менш стабільний грошовий потік.

Стратегічні переваги нового продукту. Запропонований туристичний продукт забезпечує: зростання загальної рентабельності туристичної діяльності; стабілізацію грошових надходжень; зменшення сезонних коливань попиту; розширення асортименту короткотермінових турів; підвищення ефективності використання туристичних ресурсів Західного регіону України.

Таким чином, упровадження нового туристичного продукту короткотермінового формату з використанням ресурсів Тернопільської та Івано-Франківської областей є економічно доцільним і практично обґрунтованим. Його реалізація дозволяє підвищити маржинальність туристичної діяльності без зростання ціни для споживача, що створює передумови для зростання фінансової стійкості та конкурентоспроможності ТОВ «Партнер Тур Груп».

3.3 Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів з удосконалення використання туристичних ресурсів

Реалізація заходів, спрямована на підвищення економічної ефективності діяльності туристичного підприємства шляхом оптимізації структури туристичного продукту, зменшення витрат та підвищення рівня його конкурентоспроможності. Ключовим елементом запропонованих змін є впровадження нового туристичного продукту короткотермінового формату

«Дністровські враження: каньйони, фортеці та автентичні смаки Зх. Поділля і Прикарпаття», який базується на комплексному використанні туристичних ресурсів Західного регіону України. На відміну від традиційних багатоденних турів до віддалених гірських районів, новий продукт орієнтований на скорочення логістичних витрат, підвищення оборотності туристичних програм і формування стабільного маржинального доходу для Партнер Тур Груп.

Сукупний економічний ефект від реалізації заходів п. 3.2 проявляється у: зниженні собівартості туристичних продуктів; підвищенні маржинальності продажів; зменшенні сезонних коливань попиту; збільшенні частоти реалізації туристичних турів; підвищенні оборотності фінансових ресурсів підприємства.

Особливо важливим є перехід від орієнтації на поодинокі багатоденні тури до моделі регулярних короткотермінових турів вихідного дня, що забезпечує більш рівномірний грошовий потік протягом року.

Економічний ефект нового туристичного продукту полягає не у зниженні ціни реалізації, а у скороченні собівартості за рахунок: зменшення транспортних витрат на 20–30 %; використання локальних засобів розміщення; оптимізації маршруту та тривалості туру; партнерської взаємодії з місцевими громадами. За умов середньої ціни реалізації туру 3 200–4 200 грн і собівартості 2 400–3 400 грн рівень маржинального доходу становить у середньому 20–30 %, що є вищим показником порівняно з традиційними багатоденними турами (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5-Порівняльна характеристика економічних показників туристичної діяльності

Показник	До впровадження заходів (багатоденні тури)	Після впровадження заходів (новий продукт)
Середня тривалість туру	3–4 дні	2 дні / 1 ніч
Середня ціна пакету, грн	3 000–4 500	3 200–4 200
Орієнтовна собівартість, грн	2 800–3 500	2 400–3 400
Транспортні витрати, грн	900–1 300	600–800
Рівень маржі	10–15 %	20–30 %
Частота реалізації	Сезонна	Регулярна (weekend)
Оборотність коштів	Низька	Висока
Ризик збитковості	Підвищений	Знижений
Стабільність доходів	Нерівномірна	Стабільна

Як свідчать дані таблиці 3.5, впровадження нового туристичного продукту забезпечує покращення ключових фінансово-економічних показників діяльності підприємства. Незважаючи на близький рівень ціни реалізації, нижча собівартість нового туру забезпечує суттєве зростання маржинального доходу.

Економічне обґрунтування запропонованих у підпункті 3.2 заходів є необхідним етапом оцінки доцільності їх впровадження у діяльність туристичного підприємства. Воно дозволяє кількісно визначити очікуваний вплив удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України на фінансові результати діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» та обґрунтувати можливість підвищення ефективності туристичної діяльності (таблиця 3.6). Вихідною базою для розрахунків слугують фактичні фінансово-економічні показники підприємства за 2022–2024 рр., зокрема рівень доходів, збитковість у 2023–2024 рр. та середній рівень рентабельності туристичних продуктів. Запропоновані заходи не потребують значних капітальних інвестицій і орієнтовані переважно на організаційні, продуктові та маркетингові зміни, що є характерним для суб'єктів малого туристичного

бізнесу.

Для економічного обґрунтування прийнято такі припущення: зростання середнього доходу на туриста за рахунок комплексності продукту — на 20 %; зменшення сезонних коливань і зростання обсягів реалізації у міжсезоння — на 10–15 %; оптимізація витрат за рахунок перегляду маршрутної мережі — зниження витрат на 8–10 %; зростання частки повторних клієнтів — до 25–30 %.

Таблиця 3.6-Порівняльна оцінка фінансових результатів діяльності ТОВ «Партнер Тур Груп» до та після впровадження запропонованих заходів

Показник	Фактичне значення (2024 р.)	Прогноз після впровадження заходів	Очікувана зміна
Виручка, тис.грн	260,8	330,0–350,0	+27–34 %
Середній дохід на туриста	Базовий рівень	+20 %	Зростання
Операційні витрати	100 %	90–92 %	–8–10 %
Фінансовий результат	–106,8 тис.грн	+20–30 тис.грн	Перехід до прибутковості
Рентабельність продажів	–40,9 %	6–8 %	Стабілізація
Частка повторних клієнтів	≈15 %	25–30 %	Зростання

Розрахункові дані, наведені в таблиці 3.6, свідчать, що впровадження комплексу заходів з удосконалення використання туристичних ресурсів дозволяє досягти істотного покращення фінансових результатів діяльності підприємства. Зростання виручки прогнозується насамперед за рахунок підвищення середнього доходу на туриста та залучення додаткових туристів

у міжсезонний період.

Оптимізація маршрутної мережі та зменшення операційних витрат створюють передумови для переходу підприємства від збиткової діяльності до формування позитивного фінансового результату. Очікуване досягнення рентабельності продажів на рівні 6–8 % відповідає середньоринковим показникам малого туристичного бізнесу та свідчить про економічну доцільність реалізації запропонованих заходів (таблиця 3.6).

Аналіз результатів, наведених у таблиці 3.6, свідчить про комплексний позитивний вплив запропонованих проектних заходів на підвищення ефективності діяльності туристичної агенції Партнер Тур. Усі заходи орієнтовані не лише на розширення асортименту туристичних продуктів, а й на покращення ключових фінансово-економічних показників підприємства.

Зокрема, впровадження нового короткотермінового туристичного маршруту забезпечує зниження собівартості туристичних продуктів на 15–25 % за рахунок оптимізації логістики та використання локальних туристичних ресурсів. Одночасно з цим відбувається зростання маржинальності до 20–30 %, що є суттєвим покращенням порівняно з традиційними багатоденними турами. Очікуване збільшення обсягу реалізації на 10–15 % пояснюється регулярністю проведення турів вихідного дня та їхньою привабливістю для внутрішніх туристів.

Другий захід, спрямований на формування комплексних маршрутів формату «3 в 1», має виражений ефект з точки зору підвищення споживчої цінності туристичного продукту. Інтеграція природних, культурних і гастрономічних ресурсів дозволяє підвищити цю цінність на 20–30 %, що, у свою чергу, забезпечує зростання середнього чека на 10–20 % без істотного підвищення витрат. Такий підхід сприяє зміцненню конкурентних позицій туристичної агенції на ринку регіональних туристичних послуг.

Третя проектна пропозиція, орієнтована на розвиток регулярних турів вихідного дня, має стратегічне значення для забезпечення фінансової стійкості підприємства. Реалізація цього заходу дозволяє зменшити сезонні

коливання доходів на 25–35 % та прискорити оборотність коштів на 15–20 %, що позитивно впливає на стабільність грошових надходжень і знижує фінансові ризики туристичної діяльності.

Узагальнюючи результати, можна зробити висновок, що запропоновані заходи формують синергійний ефект, оскільки одночасно впливають на витратну частину, дохідність і стабільність діяльності туристичної агенції. Їх реалізація створює передумови для підвищення рентабельності, зростання конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку туристичного підприємства в умовах сучасного ринку.

Таблиця 3.6 – Рекомендовані пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності ТА «Партнер Тур»

№ з/п	Проектна пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат (у %)
1	Удосконалення туристичного продукту	Впровадження короткотермінового туристичного маршруту «Дністровські враження»	Розробка та реалізація нового туристичного продукту формату 2 дні / 1 ніч з використанням природних, культурних і гастрономічних ресурсів Тернопільської та Івано-Франківської областей; оптимізація логістики та використання локальних партнерів	Зниження собівартості турів на 15-25%; зростання маржинальності до 20-30%; збільшення обсягу реалізації турів на 10-15%
2	Оптимізація використання туристичних ресурсів	Формування комплексних маршрутів формату «3 в 1»	Інтеграція природних, історико-культурних і гастрономічних ресурсів у межах одного маршруту без збільшення тривалості туру; підвищення насиченості туристичного продукту	Підвищення споживчої цінності туристичного продукту на 20-30%; зростання середнього чека на 10-20%; підвищення конкурентоспроможності на ринку
3	Підвищення економічної стійкості підприємства	Орієнтація на регулярні тури вихідного дня	Перехід від сезонних багатоденних турів до регулярних короткотермінових турів; формування стабільного графіка реалізації туристичних продуктів	Зменшення сезонних коливань доходів на 25-35%; прискорення оборотності коштів на 15-20%; зростання стабільності грошових надходжень

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі досягнуто поставленої мети, яка полягала в обґрунтуванні напрямів удосконалення використання туристичних ресурсів Західного регіону України та розробці практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства на прикладі Партнер Тур. У процесі дослідження отримано такі основні висновки.

1. У результаті теоретичного аналізу встановлено, що туристичні ресурси є базовим чинником формування регіонального туристичного продукту та визначають його конкурентоспроможність. Ефективне використання природних, історико-культурних і соціально-економічних ресурсів регіону створює передумови для розвитку туристичного підприємництва та зростання економічної віддачі туристичної діяльності.

2. Дослідження сучасного стану використання туристичних ресурсів Західного регіону України показало, що регіон має значний, але недостатньо повно реалізований туристичний потенціал. Основними стримуючими чинниками є висока собівартість окремих туристичних продуктів, нерівномірність туристичного попиту протягом року та недостатня орієнтація на короткотермінові туристичні формати.

3. Аналіз діяльності туристичної агенції «Партнер Тур» засвідчив, що підприємство має стабільні позиції на ринку туристичних послуг, однак значна частина туристичних продуктів орієнтована на сезонні та багатоденні тури, що обмежує оборотність коштів і підвищує фінансові ризики. Це зумовлює необхідність диверсифікації туристичного продукту та оптимізації використання регіональних туристичних ресурсів.

4. У межах практичної частини роботи розроблено комплекс проєктних пропозицій щодо підвищення ефективності діяльності туристичної агенції, ключовою з яких є впровадження нового туристичного продукту короткотермінового формату з використанням ресурсів Тернопільської та

Івано-Франківської областей. Запропонований маршрут забезпечує комплексне поєднання природних, культурних і гастрономічних ресурсів у межах туру вихідного дня.

5. Обґрунтовано, що економічний ефект запропонованого туристичного продукту досягається не за рахунок зниження ціни для споживача, а шляхом оптимізації собівартості, зменшення транспортних витрат і підвищення маржинальності. Очікується зниження собівартості туристичних продуктів на 15–25 %, зростання маржі до 20–30 %, збільшення обсягів реалізації на 10–15 % та зменшення сезонних коливань доходів на 25–35 %.

6. Проведений порівняльний аналіз показників «до» і «після» впровадження запропонованих заходів підтвердив їх економічну доцільність і практичну значущість. Реалізація регулярних турів вихідного дня сприяє прискоренню оборотності коштів, підвищенню фінансової стійкості підприємства та формуванню стабільного грошового потоку.

7. У цілому запропоновані у роботі заходи мають прикладний характер і можуть бути використані у практичній діяльності туристичних підприємств Західного регіону України. Отримані результати підтверджують, що комплексний підхід до використання туристичних ресурсів у поєднанні з економічно обґрунтованими управлінськими рішеннями є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку туристичного бізнесу.

Таким чином, результати магістерської роботи мають наукову новизну та практичну цінність і можуть бути використані як у діяльності туристичної агенції «Партнер Тур», так і в процесі подальших наукових досліджень проблем розвитку регіонального туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навч. посіб. – Київ : Альтерпрес, 2018. – 376 с.
- 2.Бойко М. Г., Босовська М. В. Туристичні ресурси України: оцінка та використання : монографія. – Київ : КНТЕУ, 2019. – 412 с.
- 3.Гаврилюк С. П. Управління розвитком туристичних дестинацій на регіональному рівні // Економіка та держава. – 2020. – № 4. – С. 62–67.
- 4.Дядечко Л. П. Економіка туризму : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2020. – 416 с.
- 5.Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР (зі змінами і доповненнями). – Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – Ст. 241.
- 6.Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. – Чернівці : Книги–ХХІ, 2017. – 300 с.
- 7.Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Туристичне країнознавство : підручник. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 528 с.
- 8.Мельник А. Ф., Васіна А. Ю. Регіональний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій // Регіональна економіка. – 2021. – № 2. – С. 45–53.
- 9.Папп В. В. Ресурсний потенціал регіону та його роль у формуванні туристичного продукту // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2019. – Вип. 2. – С. 112–118.
- 10..World Tourism Organization (UN Tourism). Tourism and Regional Development. – Madrid : UN Tourism, 2019. – 98 p.
- 11.World Tourism Organization (UN Tourism). International Tourism Highlights. – Madrid : UN Tourism, 2023. – 24 p.

12. World Travel & Tourism Council (WTTC). Economic Impact Report 2023. – London : WTTC, 2023. – URL: <https://wttc.org> (дата звернення: 10.12.2025).

13. World Economic Forum. Travel & Tourism Development Index 2021. – Geneva : WEF, 2021. – URL: <https://www.weforum.org> (дата звернення: 12.12.2025).

14. Hall C. M., Page S. J. The Geography of Tourism and Recreation. – 5th ed. – London : Routledge, 2018. – 468 p.

15. Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. Tourism: Principles and Practice. – 6th ed. – Harlow : Pearson Education, 2022. – 640 p.

16. Richards G. Cultural tourism: A review of recent research and trends // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2018. – Vol. 36. – P. 12–21.

17. OECD. Tourism Trends and Policies 2022. – Paris : OECD Publishing, 2022. – 352 p.

18. Lane B., Kastenholtz E. Rural tourism: The evolution of practice and research approaches // Journal of Sustainable Tourism. – 2018. – Vol. 26(7). – P. 1137–1156.

19. Dolnicar S. Market segmentation analysis in tourism // Tourism Management. – 2020. – Vol. 78. – 104–116.

20. Офіційний сайт туристичної агенції Партнер Тур. – URL: <https://partner-tour.com> (дата звернення: 15.12.2025).

21. OpenDataBot. Фінансова інформація про ТОВ «Партнер Тур Груп». – URL: <https://opendatabot.ua> (дата звернення: 15.12.2025).

22. Бондаренко Є. М. Туристичні ресурси як чинник розвитку регіональної економіки // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2019. – № 2 (73). – С. 98–105.

23. Гальків Л. І., Левицька О. О. Управління туристичними ресурсами регіону в умовах сталого розвитку // Науковий вісник НЛТУ України. – 2020. – Т. 30, № 4. – С. 72–78.

24. Державне агентство розвитку туризму України. Стратегія розвитку туризму та курортів України до 2030 року. – Київ, 2021. – URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 12.12.2025).

25. Кравців В. С., Коломієць О. О. Туристично-рекреаційний потенціал регіонів України та напрями його використання // Економіка України. – 2018. – № 9. – С. 59–71.

26. Міщенко І. Ю. Формування туристичного продукту на регіональному рівні // Проблеми економіки. – 2020. – № 3. – С. 187–193.

27. Page S. J. Tourism Management. – 6th ed. – London : Routledge, 2019. – 520 p.

28. Sigala M. Tourism and digital transformation: Impacts and implications // Tourism Management Perspectives. – 2020. – Vol. 34. – P. 100–110.

29. UNWTO. Tourism and Sustainable Development Goals – Journey to 2030. – Madrid : UNWTO, 2018. – 108 p.

30. Weaver D. Sustainable Tourism: Theory and Practice. – 2nd ed. – Oxford : Butterworth-Heinemann, 2019. – 240 p.

Описова карта туристичного маршруту

«Дністровський каньйон: природа, спадщина та автентичні смаки Поділля і Прикарпаття»

Загальна характеристика маршруту

Запропонований туристичний маршрут розроблено за принципом кільцевої логістики з послідовним охопленням туристичних ресурсів Тернопільської та Івано-Франківської областей. Маршрут орієнтований на мінімізацію транспортних витрат і оптимізацію часу в дорозі, що є важливим чинником підвищення економічної ефективності туристичної діяльності Партнер Тур Груп.

Послідовність проходження маршруту (описово)

1.Пункт початку маршруту – обласний центр / місце збору туристичної групи.Проведення організаційного інструктажу, вступна інформація про маршрут і регіон подорожі.

2.Переїзд до південної частини Тернопільської області.Маршрут пролягає до долини річки Дністер із зупинкою на панорамних майданчиках.

3.Заліщицька панорама.Огляд природного ландшафту Дністровського каньйону, фотозупинка, екскурсійний супровід.

4.Червоногородський замок і Джуринський водоспад.Відвідання історико-культурного об'єкта та природної пам'ятки з екскурсійним супроводом.

5.Сільська зелена садиба (місце ночівлі).Поселення, вечеря з елементами локальної кухні, дегустаційна програма.

6.Переїзд до Івано-Франківської області.Ознайомлення з історико-культурними ресурсами регіону.

7.Історичний центр міста / етнографічний об'єкт.Пішохідна екскурсія, відвідання музею або культурної локації.

8.Кулінарний майстер-клас або дегустаційна програма.Знайомство з традиційною галицькою кухнею.

9.Повернення до пункту початку маршруту.Підбиття підсумків подорожі, завершення туристичної програми.

Просторово-логістичні особливості маршруту

Маршрут не передбачає повторних переїздів одними й тими ж ділянками дороги, що дозволяє:скоротити загальний кілометраж;зменшити транспортні витрати на 20–30 %;знизити фізичне навантаження на туристів;забезпечити комфортний темп подорожі.